

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara, antara persepsi citra merek dengan keputusan pembelian pada warga RT 008 Jakarta dapat hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 5,43 > t_{tabel} = 1,68$, artinya semakin tinggi persepsi citra merek maka akan semakin meningkat keputusan pembelian, sebaliknya jika persepsi citra merek yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan menurunnya keputusan pembelian.

Besar variasi keputusan pembelian ditentukan oleh terjadinya persepsi citra merek sebesar 37,11%. Hubungan antara persepsi citra merek (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y) adalah linier dan signifikan dengan nilai regresi signifikan $F_{hitung} (29,51) > F_{tabel} (4,03)$ dan nilai regresi linier $F_{hitung} (0,41) < F_{tabel} (2,03)$.

Pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator kualitas yang baik yaitu sebesar 19,95 %. Kemudian keputusan pembelian pada warga RT 008 RW 04 Jakarta Pusat ditentukan oleh persepsi citra merek pada sebesar 37,11% sisanya sebesar 62,89% dipengaruhi oleh faktor-faktor

lain yaitu , mutu produk yang rendah, Media iklan yang tidak lengkap dan buruknya persepsi citra merk dalam pengambilan keputusan

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi citra merek dengan keputusan pembelian pada warga RT 008 RW 04 Jakarta Pusat. Hal ini membuktikan bahwa persepsi citra merek merupakan salah satu faktor dalam menentukan peningkatan keputusan pembelian

Impilkasi dari penelitian ini adalah warga RT 008 RW 04 Jakarta Pusat harus mampu memberikan persepsi citra merek yang baik, agar konsumen tidak tertarik dan berpindah pada perusahaan jasa pesaing lainnya.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa kualitas yang baik adalah faktor yang paling dominan. Maka untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian sebaiknya perusahaan harus menjaga tingkat pelayanan yang baik kepada konsumen. Agar konsumen merasa nyaman dan senang dalam berhubungan dengan perusahaan sehingga konsumen melakukan keputusan dalam pembelian. Kemudian harga (terendah) juga mendukung keputusan pembelian, hal ini dapat diwujudkan dengan memperbaiki keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen . Sehingga konsumen akan merasa puas terhadap perusahaan, dalam hal ini warga RT 008 RW 04 Jakarta Pusat kemudian konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Perusahaan sebaiknya mempertahankan persepsi citra merek secara memberikan bayak varian wangi dan lebih tahan lama untuk tetap menjaga kepercayaan konsumennya.
2. Perusahaan sebaiknya meningkatkan mutu produk guna memberikan kepuasan kepada konsumen.
3. Perusahaan sebaiknya mendistribusikan produk kepada warung-warung kecil agar konsumen mudah mendapatkan produk.
4. Perusahaan harus memperhatikan harga, agar murah dan di iringi dengan kualitas yang baik.