

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk distro di Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 24,023 + 0,948 X_1$ . Koefisien  $X_1$  bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kesadaran merek dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kesadaran merek maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh kesadaran merek sebesar 22,6% sedangkan 77,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara suasana toko terhadap keputusan pembelian produk distro di Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 23,109 + 0,880 X_2$ . Koefisien  $X_1$  bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara suasana toko dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat suasana toko maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko sebesar 23,8% sedangkan 76,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek dan suasana toko adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kesadaran merek dan suasana toko juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel kesadaran merek terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator merek diakui sebagai produk unggulan sebesar 33,50% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator mudah mengingat slogan merek sebesar 33,13%. Variabel suasana toko terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator distro memiliki kualitas produk yang baik sebesar 33,62% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator distro menggunakan bahan yang baik sebesar 32,90%.

Dari hasil pengolahan data, produsen seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator – indikator yang rendah agar dilakukan perbaikan serta peningkatan untuk ke depannya. Selain itu, produsen harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tinggi, sehingga keputusan pembelian Produk Distro di Jakarta dapat terjadi.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian pada produk distro di Jakarta antara lain:

1. Diketahui indikator terendah pada variabel kesadaran merek yaitu indikator mudah mengingat slogan merek. Hal ini menandakan slogan merek yang dimiliki distro di Jakarta masih sulit untuk diingat oleh konsumen. Peneliti menyarankan kepada distro di Jakarta untuk menggunakan slogan merek yang mudah diingat oleh konsumen supaya keputusan pembelian yang maksimal dapat tercapai.
2. Diketahui indikator terendah pada variabel suasana toko yaitu indikator distro menggunakan bahan yang baik. Hal ini menandakan distro di Jakarta masih menggunakan bahan yang kurang baik. Peneliti menyarankan kepada distro di Jakarta untuk menggunakan bahan yang lebih baik lagi supaya keputusan pembelian yang maksimal dapat tercapai.