

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat persamaan regresi sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel citra merek yang meliputi indikator perilaku identitas, personalitas, sikap dan perilaku, manfaat dan keunggulan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepercayaan yang meliputi indikator kompetensi perusahaan, kejujuran perusahaan dan kehandalan perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel harga yang meliputi indikator keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variasi yang terjadi pada harga akan menyebabkan perubahan pula pada keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari citra merek, kepercayaan dan harga (berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada Distro Legacy Di Kota Metro.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Maka dari itu variabel citra merek yang meliputi indikator perilaku identitas, personalitas, sikap dan perilaku, manfaat dan keunggulan harus lebih ditingkatkan lagi bagi perusahaan agar nantinya dapat memberikan prestasi yang lebih berkualitas dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Distro Legacy Di Kota Metro untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan lagi kepercayaan dan harga guna memenuhi standar kebutuhan konsumen.

3. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Distro Legacy di Kota Metro untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi kepercayaan yang sudah ada pada konsumen.
4. Pada variabel citra merek walaupun dalam penelitian ini pengaruhnya kurang dominan namun harus lebih ditingkatkan juga agar nantinya dapat memberikan produk yang lebih berkualitas bagi konsumen.