

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Uco Durian. Akan tetapi masih ada indikator citra merek masuk ke dalam katagori sedang atau rendah dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu citra produk.
2. Variabel kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Uco Durian. Akan tetapi masih ada indikator variabel kelompok referensi masuk dalam katagori sedang atau rendah dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu indikator keaktifan kelompok referensi.
3. Variabel citra merek dan kelompok referensi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Uco Durian. Sesuai dengan hasil kusioner yang telah disebar, responden memandang bahwa citra merek dan kelompok referensi sangat mempengaruhi keputusan pembelian kosumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan variabel lainnya, tetapi dari tanggapan responden pada indikator citra produk memberikan pengaruh paling rendah diantara indikator lainnya. Sehingga bagi warung Ucok Durian untuk tetap harus mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk durian itu sendiri.
2. Demikian pula dengan variabel kelompok referensi memiliki pengaruh yang masih rendah, itu dilihat dari tanggapan responden pada indikator keaktifan dari kelompok referensi yang memberikan pengaruh paling rendah diantara indikator kelompok referensi. Saran bagi warung Ucok Durian harus lagi meningkatkan untuk kelompok referensinya sering-sering mengajak orang lain untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dengan melakukan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel yang lain yang kiranya dapat memperluas penelitian ini dalam mempengaruhi keputusan pembelian di warung Ucok Durian seperti variabel kualitas produk, lokasi, nilai emosional dan lain-lain.