

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian akhir dalam skripsi ini “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat J.CO di Area Cibubur”, yang didasari pada hasil penelitian yang dilakukan yang terurai pada bab sebelumnya hasil dan pembahasan serta pada bab-bab lain tentang dasar teori serta kajian pustaka yang memperkuatnya, maka penulis dapat menarik simpulan dan saran. Adapun kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan dan dipaparkan bab sebelumnya maka penulis mengambil simpulan dari penelitian yang merupakan jawaban atas tujuan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Donat J.CO area Cibubur. Citra merek yang baik berdampak positif terhadap perusahaan, dan merupakan faktor pendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Donat J.CO.
2. Promosi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Donat J.CO area Cibubur. J.CO melakukan promosi melalui media

massa dan memberikan insentif penjualan kepada konsumen. Hal ini berarti promosi merupakan faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Donat J.CO area Cibubur.

3. Kualitas produk (X_3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Donat J.CO area Cibubur, artinya bahwa kualitas produk bukan merupakan faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Donat J.CO area Cibubur.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas ada beberapa saran yang dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Persaingan yang ada antar perusahaan saat ini, J.CO diharapkan selalu meningkatkan kualitas produk dengan selalu melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada, pengembangan produk sebelumnya, seperti mengembangkan variant rasa Donat J.CO, corak dari Donat J.CO agar memberikan daya tarik yang berbeda dari produk Donat lainnya. Dalam pelayanannya agar lebih ditingkatkan lagi dengan *fast respon* terhadap keluhan pelanggan.

1. Mengingat citra merek memiliki pertimbangan utama karena nilai koefisien yang paling besar di antara variabel independen lainnya, maka untuk mempertahankan citra merek oleh keputusan pembelian dari konsumen

Perusahaan J.CO harus mempertahankan jaringan perusahaan, kenyamanan, dan kualitas atau mutu yang bagus.

2. Promosi memiliki nilai koefisien kedua maka J.CO harus meningkatkan insentif penjualan, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.
3. Meskipun kualitas produk memiliki nilai koefisien paling kecil dalam tiga variabel ini tapi J.CO tidak boleh mengabaikan kualitas produk akan tetapi seharusnya meningkatkan kualitas produk agar keputusan pembelian meningkat dengan cara melakukan survei rasa kepada konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran untuk penulis selanjutnya agar penelitian dapat dilakukan diperusahaan *food and beverage* lainnya, dengan lebih menganalisis ataupun mengkaji dan mengembangkan variabel lainnya serta indikator yang belum digunakan dalam penelitian ini, seperti loyalitas konsumen terhadap produk, harga, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang berbeda. Responden yang digunakan berhubungan langsung dengan orang-orang yang berhubungan dengan topik penelitiannya, sehingga jawaban penelitian dapat lebih akurat.