

BAB V

METODE PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

Terdapat beberapa kesimpulan terkait pembahasan dan interpretasi dari bab sebelumnya adapun seperti berikut :

- 1) Promosi dan media memiliki pengaruh terhadap peningkatan citra merek perusahaan. Sehingga penting jika perusahaan untuk mengkombinasikan kedua faktor tersebut untuk mendapatkan hasil lebih baik dalam rangka meningkatkan citra merek perusahaan.
- 2) Promosi dan media memiliki pengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian. Hal ini penting untuk diperhatikan dimana keputusan pembelian yang besar memberikan dampak terhadap total *sales* yang besar yang berdampak pada kemajuan perusahaan.
- 3) Citra merek perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga manajemen perlu meningkatkan dan menjaga citra merek dengan aktifitas yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini diharapkan nantinya dapat memiliki pengaruh lebih besar lagi terhadap meningkatkan keputusan pembelian.
- 4) *Media* berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek artinya Dimana hal ini diketahui dari aktivitas penyebaran informasi melalui beberapa media menjadi interaksi yang menjadi penyampaian pesan satu arah ataupun dua arah melalui media komunikasi yang menjadi tujuan dari perusahaan.

- 5) Hubungan Media dengan Keputusan Pembelian memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini disebabkan impact dari media belum dapat dirasakan dengan cepat atau pun dengan kata lain Media dengan keputusan pembelian karena produk kami adalah produk teknis yang mana media tidak dapat diukur secara langsung karena perlunya waktu dan kondisi dimana konsumen membutuhkan produk tersebut.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui terdapat beberapa saran bagi pihak-pihak yang bersangkutan, adapun diantaranya :

- 1) Manajemen perlu meningkatkan aktivitas promosi dan penggunaan media khususnya sosial media, dalam rangka meningkatkan keseluruhan model keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian.
- 2) Aktivitas promosi yang dilakukan sebaiknya bersifat untuk mengadakan kerjasama dengan para toko bangunan, selain itu manajemen juga perlu membentuk jaringan tukang bangunan dalam rangka mengajak merekomendasikan produk semen MU di tempat pengerjaan proyek.
- 3) Penelitian ini dirasakan masih banyak kelemahan dan kekurangan, peneliti memberikan saran untuk melakukan penelitian dengan mengkaji kepuasan konsumen terkait produk semen MU.