

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil analisis penelitian dan pembahasan terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t secara parsial dapat diketahui bahwa variabel citra merek (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} 3.244 lebih besar dari t_{tabel} 1,98447 dengan tingkat signifikan $0,000 \leq 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima dapat dikatakan terdapat pengaruh antara citra merek (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) kopi kapal api pada Masyarakat Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.
2. Berdasarkan hasil uji t secara parsial dapat diketahui bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} 7.856 lebih besar dari t_{tabel} 1,98447 dengan tingkat signifikan $0,000 \leq 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima dapat dikatakan terdapat pengaruh antara harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) kopi kapal api pada Masyarakat Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

3. Berdasarkan hasil uji ANOVA secara silmultan (bersama-sama) dapat diketahui bahwa variabel citra merek (X_1) dan variabel (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diatas nilai t_{hitung} sebesar 78,195 dimana lebih besar dari F_{tabel} (100) sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan $0,000 \leq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X_1) dan variabel harga (X_2) secara silmultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) kopi Kapal Api pada Masyarakat Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran penulis yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk perusahaan dari produk kopi kapal api untuk meningkatkan citra merek dengan meningkatkan citra merek maka akan berdampak terhadap keuntungan yang akan diperoleh dan semakin banyak dikenal oleh masyarakat, serta dapat juga menambah konsumen.
2. Disarankan untuk perusahaan agar lebih meningkatkan manfaat pada produk serta menetapkan harga yang sesuai di pasaran agar tidak terlalu tinggi dibandingkan kompetitornya, karena harga harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapat.

3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti factor-faktor lain, misalnya mengenai promosi, loyalitas konsumen, dan masih banyak faktor lainnya, dengan demikian nantinya penelitian tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian.