

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden tentang citra merek, bahwa merek minuman Luwak White Koffie merupakan merek minuman kopi putih yang sudah terkenal dan memiliki citra merek yang baik dimata masyarakat
2. Berdasarkan tanggapan responden tentang keputusan pembelian, bahwa konsumen membeli minuman Luwak White Koffie karena tertarik dengan manfaat yang ditawarkan yaitu yang aman untuk lambung
3. Berdasarkan uji regresi, bahwa Citra merek (X) berpengaruh positif pada keputusan pembelian konsumen (Y). Artinya faktor Citra merek mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian minuman *Luwak White Koffie*.
4. Kemudian pada uji RSquare dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keputusan konsumen membeli produk *Luwak White Koffie* dipengaruhi oleh faktor *Brand Image* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel - variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti kualitas produk, iklan, harga dan karakteristik personal *Luwak White Koffie*.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian dan temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting dan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya mengetahui dan memahami pengaruh Citra merek yang mempengaruhi

keputusan pembelian konsumen, dan dapat digunakan sebagai dasar dalam penetapan strategi untuk menarik pelanggan. Strategi pemasaran yang tepat dapat digunakan perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya maupun untuk mendapatkan pangsa pasar

Pada penelitian ini variabel Citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dapat diartikan bahwa ketertarikan konsumen akan Minuman Luwak White Koffie di kota Padang cukup tinggi. Perusahaan diharapkan tetap mempertahankan citra merek agar tetap bisa merebut pangsa pasar.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan penelitian. Dengan keterbatasan ini diharapkan dapat dijadikan perbaikan pada penelitian mendatang. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah hanya fokus pada variabel Citra merek (brand image). Sedangkan variabel independen tersebut hanya dapat mempengaruhi 5.9 % keputusan pembelian (dependen), sisanya sebesar 94.1% dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel independen dalam penelitian ini. Diharapkan kepada penelitian mendatang agar scope penelitian diperluas, bisa juga dengan menambah jumlah sampel.

5.4 Saran - saran

1. Bagi Perusahaan

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, dapat disajikan beberapa saran-saran yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra dari perusahaan itu sendiri dan juga citra dari produk-produk yang dihasilkan, karena

kedua komponen tersebut terbukti mampu menjadi patokan bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

b. Perusahaan diharapkan agar dapat lebih memahami karakteristik dari konsumennya dan lebih jeli melihat perubahan selera masyarakat agar kedepannya *Luwak White Koffie* dapat lebih mencerminkan citra dari konsumennya. Dengan demikian perusahaan akan lebih mudah menarik minat konsumen untuk membeli produk-produk *Luwak White Koffie*.

c. Perusahaan harusnya memperhatikan peluang-peluang yang ada dan memanfaatkan peluang tersebut sebaik mungkin untuk lebih meningkatkan pangsa pasar.

2. Bagi penelitian selanjutnya

a. Bagi penelitian selanjutnya lebih baik jika menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan konsumen pada pembelian *Luwak White Koffie* pada masyarakat kota Padang. Adapun variabel lainnya adalah faktor iklan, harga, kualitas dan variabel-variabel lainnya.

b. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bisa menambah jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang akurat