

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara merk terhadap keputusan membeli. Terbukti bahwa nilai yang diperoleh dari hasil pengujian dengan menggunakan rumus *product moment* sebesar 0,652 . Artinya, hubungan antara merk dengan keputusan membeli memiliki korelasi yang kuat dan korelasi ini adalah korelasi positif yaitu semakin bertambahnya kualitas merk maka tingkat keputusan membeli juga semakin tinggi.
2. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus regresi linier sederhana diperoleh hasil sebesar 0,42. Artinya variabel x (merk) berpengaruh sebesar 0,42 terhadap keputusan membeli, apabila variable x (merk) bertambah 1%, maka rata-rata variable y (keputusan membeli) bertambah sebesar 0,42 .

B. Saran

Saran yang perlu peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Rizquna

Meskipun tingkat keputusan konsumen dalam membeli produk sudah dalam kategori cukup tinggi, hendaklah hal ini tidak membuat

perusahaan puas. Pelayanan terhadap konsumen harus tetap diutamakan sehingga konsumen merasa puas dan bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan yakni berupa keputusan konsumen dalam membeli produk.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan merek produk lain sehingga yang teridentifikasi lebih banyak lagi. Selain itu, dapat juga dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

3. Bagi Lembaga pendidikan

Hendaknya pengembangan penelitian lanjutan dapat direkomendasikan kepada para mahasiswa sehingga diharapkan dapat menambah hasanah keilmuan tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk.