

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Peran Citra Merek dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Seblak Incezz Kota Kediri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek Seblak Incezz Kota Kediri terbentuk melalui keunggulan, kekuatan, dan keunikan merek. Keunggulan Seblak Incezz terletak pada cita rasa khas, harga yang terjangkau, pelayanan cepat, serta kebersihan yang selalu dijaga. Kekuatan citra merek diperkuat melalui promosi aktif di media sosial dan kerja sama dengan layanan pesan antar makanan. Sedangkan keunikan merek tercermin dari variasi menu, level kepedasan yang beragam, serta inovasi produk seperti Seblak Instan dan Seblak Kuah Susu.
2. Peran citra merek Seblak Incezz dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen sangat signifikan, terutama pada indikator *brand choice* dan *product choice*. Citra merek yang kuat telah mendorong konsumen untuk lebih memilih Seblak Incezz dibandingkan merek sejenis lainnya. Hal ini ditunjukkan melalui loyalitas pelanggan, ulasan positif di media sosial, dan peningkatan penjualan dari Rp442 juta pada tahun 2019 menjadi Rp588 juta pada tahun 2021. Selain itu citra merek yang positif juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk.

## **B. Saran**

1. Bagi Pemilik Seblak Incezz, disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas rasa, pelayanan, serta kebersihan produk agar citra merek tetap positif di mata konsumen. Selain itu, inovasi produk baru seperti Seblak Instan perlu dikembangkan lebih luas untuk menjangkau pasar di luar Kota Kediri.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya dan bagi dunia akademik, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif agar dapat mengukur secara statistik seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian juga dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, loyalitas merek, atau strategi promosi digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian manajemen pemasaran syariah, khususnya yang berkaitan dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam membangun citra merek dan pengambilan keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi Pemerintahan Daerah Kota Kediri, Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap pelaku UMKM kuliner lokal seperti Seblak Incezz melalui pelatihan digital marketing, sertifikasi halal, dan promosi dalam event kuliner daerah. Langkah penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital sekaligus memperkuat citra Kota Kediri sebagai Kota wisata kuliner. Selain itu pemerintah juga dapat mendorong kolaborasi antara perguruan tinggi dan pelaku usaha

dalam penelitian serta pendampingan bisnis agar pengelolaan merek dan strategi pemasaran UMKM semakin profesional.