

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deodorant Nivea. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan diperoleh nilai t-hitung sebesar $0,787 < 1,66365$ (t tabel) dengan sig. $0,433 > 0,05$ (α) atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deodorant Nivea. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan diperoleh diperoleh nilai t-hitung sebesar $8,768 > 1,66365$ (t tabel) dengan sig. $0,000 < 0,05$ (α) atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.
3. Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deodorant Nivea. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Deodorant Nivea adalah variabel kualitas produk. hal ini ditunjukkan dari koefisien regresi kualitas produk yang lebih besar dibandingkan koefisien regresi citra merek.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis rekomendasikan dari hasil penelitian ini yang bermanfaat untuk PT. Beiersdorf Indonesia dalam menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Deodorant Nivea harus bisa ditingkatkan citra mereknya supaya dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya perusahaan menambahkan iklan dan promosi untuk mendapatkan citra merek yang lebih baik.
2. Deodorant Nivea harus ditingkatkan kualitas produk yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian harus diperhatikan untuk meningkatkan keputusan

pembelian, maka sebaiknya perusahaan melakukan riset tentang kualitas produk untuk dapat meningkatkan kualitas produk yang lebih baik.

3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian perusahaan harus melakukan riset terhadap citra merek dan kualitas produk supaya dapat mempertahankan pelanggan lamanya dan juga mendapatkan pelanggan baru.

