

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian tentang pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa ojek *online* Grab, maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Citra merek secara parsial tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dikarenakan sebagian konsumen lebih mempertimbangkan hal lain, seperti ketersediaan ojek *online* yang ada, adanya rekomendasi dari teman atau adanya kesesuaian keinginan dirinya sendiri sehingga membuat konsumen tersebut merasa nyaman menggunakan ojek *online* yang di gunakannya.
2. Harga secara parsial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan harga yang di tetapkan menjadi pertimbangan dan menjadi salah satu tolak ukur konsumen untuk membeli produk tersebut,
3. Promosi secara parsial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan promosi yang dilakukan menjadi pertimbangan dan menjadi salah satu tolak ukur konsumen untuk membeli produk tersebut, menunjukkan bahwa
4. Citra merek, harga dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian perusahaan harus lebih memperkuat citra merek agar konsumen merasa yakin dengan jasa ojek *online* Grab tersebut, menetapkan harga yang lebih baik lagi sehingga konsumen tertarik dengan harga yang di tetapkan jasa ojek *online* Grab dan menambah promosi yang ada sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli jasa ojek *online* Grab.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa ojek *online* Grab, diharapkan kepada perusahaan Grab untuk lebih meningkatkan lagi terutama citra merek sehingga konsumen lebih percaya dengan merek Grab yang akan di gunakannya, menetapkan harga yang lebih baik lagi sehingga dapat memuaskan konsumen dengan apa yang di dapatnya setelah menggunakan produk tersebut dan meningkatkan lagi promosi yang ada untuk dapat diketahui oleh konsumen, sehingga konsumen lebih tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

