

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan dalam hasil hipotetis yang telah dibuat pada bab empat maka dapat diambil kesimpulannya. Kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta di lapangan yang terjadi dimana citra merek memiliki pengaruh positif dan langsung terhadap keputusan pembelian. Seorang pengusaha harus mampu membuat dan membangun citra merek usahanya menjadi baik dan bagus. Semakin baik dan bagus citra mereknya maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada produk usahanya. Terbukti dengan apa yang telah dilakukan pemilik *Aicha Ice Cream & Tea* yang membuat citra mereknya menjadi baik dan bagus di mata konsumennya sehingga membuat konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk *Aicha Ice Cream & Tea*.
2. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keragaman produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta di lapangan yang terjadi dimana citra merek memiliki pengaruh positif dan langsung terhadap keputusan pembelian. Seorang pengusaha harus mampu membuat dan membangun citra merek usahanya menjadi baik dan bagus. Semakin baik dan bagus citra mereknya maka akan meningkatkan nilai perusahaan di mata konsuemen. *Brand image* yang terkenal membuat perusahaan harus

mampu membuat dan memiliki keragaman produk. Keragaman produk akan membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan produk yang sesuai dengan keinginannya konsumen. Hal ini juga membuat konsumen tetap menggunakan *brand* yang sama tanpa harus mencari produk yang diinginkan di *brand* lain.

3. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta di lapangan yang terjadi dimana promosi memiliki pengaruh positif dan langsung terhadap keputusan pembelian. Seorang pengusaha harus mampu membuat dan membangun promosi usahanya dalam bentuk konten di media sosial yang kreatif dan menarik. Semakin kreatif dan menarik promosinya maka akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Promosi akan membuat konsumen mengetahui tentang produk *Aicha Ice Cream & Tea* sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian. Aicha melakukan promosi lewat media sosial seperti *instagram*, *twitter* dan *tik-tok* membuat konsumen mengetahuinya lewat media sosial.
4. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keragaman produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta di lapangan yang terjadi dimana promosi memiliki pengaruh positif dan langsung terhadap keputusan pembelian. Seorang pengusaha harus mampu membuat dan membangun promosi usahanya dalam bentuk konten di media sosial yang kreatif dan menarik. Semakin kreatif dan menarik promosinya maka akan

membuat konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan. Promosi akan membantu untuk memperkenalkan keragaman produk yang tersedia.

5. Keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian karena konsumen dapat menentukan sendiri produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk ini tentunya akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang pelanggan. Keragaman produk akan memudahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang konsumen butuhkan.
6. Keragaman produk terbukti memediasi *brand image* terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan yang menyatakan bahwa *brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui keragaman produk di *Aicha Ice Cream & Tea*. *Brand image* yang sudah terkenal akan membuat konsumen mudah dalam melakukan keputusan pembelian ditambah dengan adanya keragaman produk dalam brand tersebut. Keragaman produk akan membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukkan produk yang sesuai dengan keinginannya konsumen. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan *Aicha Ice Cream & Tea* yang telah menyediakan keragaman

produk dengan hal ini membuat konsumen bebas menentukan produk yang diinginkan dan yang disukai.

7. Keragaman produk terbukti memediasi promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai fakta yang terjadi di lapangan yang dengan menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan langsung terhadap keputusan pembelian melalui keragaman produk yang disediakan oleh *brand*. Dengan adanya promosi akan membantu memperkenalkan keragaman produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga dapat terjadinya keputusan pembelian. *Brand* dapat mempromosikan dan memberitahukan keragaman produknya lewat media sosial. Hal ini juga dapat dilihat dari *Aicha Ice Cream & Tea* yang dimana *brand* ini memperkenalkan dan mempromosikan produknya lewat media sosialnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada diatas yang telah dibuat peneliti. Penulis memberikan saran yang dapat bermanfaat dan dapat digunakan. Saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Bagi Pelaku Bisnis atau Bagi Perusahaan
  - a. Dari penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat saya berikan bagi perusahaan ialah menjaga dan meningkatkan *brand image* dengan menambahkan kualitas produk yang sudah ada dan membuat produknya semakin terkenal untuk menarik konsumen melakukan keputusan pembelian, karena konsumen biasanya lebih tertarik dengan *brand* yang

memiliki *image* yang baik. Perusahaan juga harus membangun *brand image* yang positif untuk menjaga loyalitas konsumen.

- b. Di era digital yang sangat berkembang saat seperti ini perusahaan harus mampu untuk melakukan promosi dengan kreatif dan inovasi lewat media sosial seperti *tiktok*, *youtube short* dan *instagram* agar konsumen tertarik melakukan keputusan pembelian. Promosi yang dilakukan dengan menampilkan produk yang ditawarkan dengan desain atau tampilan yang menarik sehingga konsumen merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian produk. Perusahaan juga harus bisa memperhatikan waktu yang tepat untuk mengunggah konten promosi agar dapat diakses banyak konsumen.
- c. Perusahaan harus mampu menyediakan keragaman produk yang sudah ada dan harus bisa menciptakan inovasi baru dalam produknya agar bisa mengeluarkan produk baru dan membuat perusahaan memiliki keragaman produk. Dengan adanya keragaman produk ini dapat membuat konsumen memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Hal tersebut membuat konsumen melakukan keputusan pembelian pada perusahaan tersebut.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk memperhatikan populasi yang diteliti dan memperbaiki sampel penelitian agar menghasilkan hasil yang baik dan memuaskan,

b. Peneliti selanjutnya melakukan pengujian dengan variabel yang berbeda dan variabel yang lebih relavan dengan mengikuti perkembangan pengetahuan yang ada. Variabel yang berbeda seperti *viral marketing*, *celebrity endorser*, *online customer reviews* atau lain sebagainnya dalam penelitian selanjutnya.

