

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik *Brand Image* maka keputusan pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi juga akan meningkat.
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik *Brand Image* maka Minat Beli Richeese Factory Golden City Kota Bekasi juga akan meningkat.
3. Cita Rasa tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, yang artinya jika Cita Rasa yang baik tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi.
4. Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik Cita Rasa maka Minat Beli Richeese Factory Golden City Kota Bekasi juga akan meningkat.
5. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik

Minat Beli maka Keputusan Pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi juga akan meningkat.

6. Minat Beli terbukti memediasi *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik *Brand Image* pada Richeese Factory maka Minat Beli semakin meningkat sehingga konsumen melakukan Keputusan Pembelin.
7. Minat Beli terbukti memediasi Cita Rasa terhadap Minat Beli Richeese Factory Golden City Kota Bekasi, yang artinya jika semakin baik Cita Rasa pada Richeese Factory maka Minat Beli semakin meningkat sehingga konsumen melakukan Keputusan Pembelin.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, diantara keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Adanya keterbatasan waktu penelitian serta kemampuan dari peneliti.
3. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.
4. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh *brand image*, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Sehingga perlu

dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran-saran yang diusulkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti sebelumnya
 - a) Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b) Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c) Diharapkan adanya variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.
2. Bagi perusahaan
 - a) Diharapkan perusahaan lebih meningkatkan *brand image*, cita rasa yang diberikan kepada pelanggan.
 - b) Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan inovasi dan lebih adaptif lagi terhadap perkembangan zaman.