

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Merek berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Kripik rasa lokal di *Everymart* batik air. Sehingga disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Kripik rasa lokal di *Everymart* batik air. Sehingga disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Terbukti bahwa merek berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kripik rasa lokal dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kripik rasa lokal .

#### 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diberikan antara lain :

1. Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, semakin baik merek yang dikenal oleh masyarakat maka akan semakin banyak minat daya beli produk Kripik rasa lokal.
2. Karena harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka kripik rasa lokal memberikan harga yang dapat menyesuaikan berbagai varian rasa Kripik rasa lokal tersebut.
3. Karena merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka Kripik rasa lokal diharapkan menambah varian tersebut.