

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini dan pembahasan mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan Uji T variabel *Brand Image* (X_1) nilai t hitung 12,802 lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_0 di tolak, artinya variabel *Brand Image* (X_1) berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di PT. Nusantara Berlian Motor Cabang Kranji Bekasi.
2. Dari hasil perhitungan Uji T variabel Promosi (X_2) nilai T hitung 0,558 lebih besar dari T tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi variabel Promosi 0,578 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan relative signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Dari hasil perhitungan secara simultan pada Uji F nilai F hitung 96,638 lebih besar dari F tabel senilai 3,09. Dengan demikian H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Brand Image* (X_1) dan Promosi (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

5.2 Implikasi Manajerial

Adapun implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh PT. Nusantara Berlian Motor Cabang Kranji di Bekasi adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian ditemukan secara parsial menyatakan bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Promosi. Hal ini berarti membuktikan bahwa dengan *Brand Image* Mitsubishi yang menjamin kualitas dan multifungsinya yang sangat canggih dan banyak disukai oleh semua kalangan.

2. Pihak supliyer yaitu PT. Nusantara Berlian Motor Cabang Kranji Bekasi seharusnya lebih aktif dalam memasarkan suatu produk, baik dalam potongan harga maupun memberikan hadiah ataupun lainnya yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka PT. Nusantara Berlian Motor Cabang Kranji Bekasi dalam hal ini strategi penetapan *Brand Image* dan Promosi yang lebih baik lagi sehingga dapat menarik konsumen agar dapat membeli produk Mitsubishi dan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen di PT. Nusantara Berlian Motor Cabang Kranji Bekasi.

