

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan supaya dapat mengetahui pengaruh antara variabel brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk beras ayana di kota bekasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel brand image menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara variabel brand image terhadap keputusan pembelian produk beras ayana di kota Bekasi.
2. Pada variabel kualitas produk yang telah dilakukan dalam penelitian uji parsial menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dan positif antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk beras ayana di kota Bekasi.
3. Pada variabel brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang telah diuji bisa disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara variabel brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk beras ayana di kota Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Peneliti dapat membuat rekomendasi berikut berdasarkan temuan penelitian:

1. Para pencipta produk beras ayana yang berada di Indonesia, harus terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produknya bagi para kliennya.
2. Agar produk beras ayana tetap kompetitif di pasar, brand image perlu terus ditingkatkan agar persepsi publik tetap terjaga.
3. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap mengapa pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diterimanya, variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini perlu diteliti oleh peneliti lain.

