

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV tentang Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Industri pada PT. Tirtakencana Tatawarna, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri. Bahwa konsumen industri lebih tertarik dengan merek yang mempunyai harga rendah agar margin keuntungan responden lebih besar, dan responden dapat menjual merek apa saja yang mereka inginkan sesuai kebutuhannya dan tidak terpengaruh oleh citra merek tertentu.
2. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri, hal ini disebabkan harga adalah faktor penting bagi konsumen industri guna mendapatkan margin keuntungan dari hasil penjualan dengan asumsi bahwa semakin rendah harga yang ditawarkan maka semakin tinggi margin keuntungan yang akan mereka dapatkan, dan sebaliknya semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah margin keuntungannya.
3. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri, mayoritas responden berkeinginan agar biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk promosi dapat dialokasikan sebagai diskon-diskon tambahan yang diberikan kepada konsumen industri sehingga diharapkan dapat mengurangi tingkat harga yang ditawarkan.
4. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka implikasi manajerial dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian variabel citra merek, maka perusahaan hendaknya lebih meningkatkan program promosi guna lebih memperkenalkan merek produk perusahaan agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli cat pelapis anti bocor merek NoDrop.
2. Dari hasil variabel harga maka langkah yang dapat dilakukan manajemen atau perusahaan adalah tetap mempertahankan harga dan meningkatkan promosi penjualan berupa pemberian diskon dan potongan harga agar dapat bersaing dengan kompetitor lain, dan lebih meningkatkan omset penjualan.
3. Dari hasil variabel promosi maka langkah yang dapat dilakukan manajemen atau perusahaan adalah mengurangi biaya dalam kegiatan promosi dan mengalokasikan biaya tersebut ke promosi penjualan.
4. Variabel citra merek, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri, maka langkah yang dapat dilakukan manajemen atau perusahaan adalah dengan meningkatkan strategi bauran pemasaran dengan meningkatkan promosi penjualan berupa pemberian bonus bagi pembeli yang membeli dalam partai besar, dan pengadaan diskon penjualan yang berkelanjutan.