

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V. 1. Simpulan

Sejalan dengan penelitian yang sudah dijalankan, perihal “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Masa Pandemi Covid-19”, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan, yaitu yang pertama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Masa Pandemi Covid-19. Artinya, keputusan pembelian Pizza Hut dipengaruhi oleh *brand image* yang diberikan oleh Pizza Hut melalui manfaat, logo, keyakinan atas merek, dan merek mudah dikenali. Dapat disimpulkan makin tinggi *brand image* yang ditawarkan Pizza Hut, keputusan pembelian akan makin besar.

Yang kedua, tidak terdapat pengaruh secara signifikan pada variabel promosi pada keputusan pembelian Pizza Hut pada Pandemi Covid-19. Artinya, keputusan pembelian Pizza Hut tidak timbul dari promosi yang diberikan oleh Pizza Hut melalui kualitas promosi, ketetapan sasaran promosi, waktu promosi, dan informasi yang jelas dari promosi. Dapat disimpulkan makin besar promosi Pizza Hut tidak meningkatkan keputusan pembelian.

Dan yang terakhir, tidak terdapat pengaruh secara signifikan pada variabel harga pada keputusan pembelian Pizza Hut pada Pandemi Covid-19. Artinya, keputusan pembelian Pizza Hut tidak timbul dari harga yang diberikan oleh Pizza Hut melalui kesesuaian harga, keterjangkauan harga, serta daya saing harga. Dapat disimpulkan bahwa makin tinggi harga Pizza Hut tidak terlalu memberi peningkatan pada keputusan pembelian.

V. 2. Saran

Dari kesimpulan yang sudah dibuat, penulis memiliki saran yakni:

1. Bagi Perusahaan

- a. Pada variabel *brand image*, Pizza Hut dapat lebih meningkatkan dan mempertahankan citra mereknya mengingat *Brand Image* yang dapat mempengaruhi banyaknya konsumen untuk melakukan pembelian disetiap produknya atas keyakinan yang tertanam di benak konsumen tersebut.
 - b. Pada variabel promosi dan harga, Pizza Hut perlu meningkatkan kualitas promosi lagi untuk mempengaruhi banyaknya konsumen dalam melakukan pembelian disetiap produknya. Dan Pizza Hut tetap menjaga harga yang dimilikinya dengan memperhatikan harga pesaing.
2. Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya penulis mengharapkan adanya penambahan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Selain itu, penelitian selanjutnya diharap bisa menambah metode wawancara agar data yang didapat bisa lebih maksimal.