

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan juga pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya tentang pengaruh harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian produk terhadap *Yuna&Co* di Jakarta pusat, maka dapat disimpulkan di sebagai berikut, Berdasarkan hasil penelitian variabel harga, menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *yuna&co* di Jakarta pusat. Maka hal ini telah sesuai dengan hipotesis yang peneliti buat pada sebelumnya yang dimana Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Yuna&Co*. dengan itu hipotesis yang peneliti buat dapat diterima.

Berdasarkan hasil penelitian variabel *Brand image*, menyatakan bahwa *Brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *yuna&co* di Jakarta pusat. Dengan begitu hal tersebut sudah sesuai dengan hipotesis yang peneliti buat pada sebelumnya yang dimana *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Yuna&Co*. dengan itu hipotesis yang peneliti buat dapat diterima.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian variabel promosi, menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *yuna&co* di Jakarta pusat. Maka hal ini telah sesuai dengan hipotesis yang peneliti buat pada sebelumnya yang dimana Promosi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Yuna&Co*. dengan itu hipotesis yang peneliti buat dapat diterima.

V.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan juga pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijelaskan, dengan begitu peneliti memberikan saran sebagai berikut,

- 1) Dalam penetapan harga telah ditetapkan perusahaan harus lebih memperhatikan harga yang telah dibuat salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan harga pada produk dengan membandingkan kualitas produk agar mampu bersaing di industry fashion.
- 2) Dalam rangka meningkatkan brand image perusahaan dapat meningkatkan pemberian *free gift* yang diberikan dan lebih memperhatikan lagi mengenai pemberian *free gift* terhadap konsumen agar lebih mendorong mengenai atribut produk dan lebih memperhatikan kemasan packaging produk yang diberikan.
- 3) Untuk meningkatkan promosi perusahaan sebaiknya menggunakan influencer yang dapat memberikan pengaruh yang lebih tinggi terhadap pembelian produk dengan influencer ternama diindonesia dan meningkatkan tenaga keahlian penjualan dengan memberikan berbagai pelatihan sehingga para penjual mampu meyakinkan konsumen.
- 4) Untuk penelitian yang memiliki judul serupa disarankan agar tidak hanya berpatokan terhadap variable yang sama, melainkan dapat memilih variable yang lainnya atau mengganti beberapa variable agar tidak hanya dibatasi oleh penelitian yang di pakai, dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan metode yang berbeda dan objek yang berbeda.