

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Artinya harga memiliki arah pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Artinya citra merek memiliki arah pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya promosi memiliki arah pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan yang telah disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Saran praktis untuk brand Pedro, dengan memperhatikan hasil dari penelitian, variabel harga menjadi unsur yang penting dalam proses keputusan pembelian. Tidak hanya mendukung keputusan pembelian namun proses pemasaran ini juga mempengaruhi minat beli secara keseluruhan. Proses pengemasan pemasaran ini juga dapat menanamkan persepsi harga dibenak konsumen dan citra merek yang juga akan semakin memperkuat keputusan pembelian.
2. Saran teoritis untuk peneliti lebih lanjut, penelitian ini masih memiliki beragam keterbatasan baik dari unsur pengujian seperti keterbatasan sampel dan metode, serta dari unsur hasil. Penelitian selanjutnya bisa mencoba melakukan pengujian dengan variabel lain yang dimungkinkan melibatkan unsur pengambilan keputusan pembelian suatu produk