

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

- 5.1.1. *Brand Image* (X1), Variasi Produk (X2) dan Harga (X3) secara silmutan mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F 7.214 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ Dengan demikian, hipotesis pertama di terima
- 5.1.2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Brand Image* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,235 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 1,480 dengan melihat signifikan sebesar $1,480 > 0,05$. hal ini berarti bahwa *Brand Image* (X1) tidak Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan demikian hipotesis kedua di tolak.
- 5.1.3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Variasi Produk (X2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,001 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar -0,004 dengan melihat signifikan sebesar sebesar $0,990 > 0,05$. hal ini berarti bahwa Variasi Produk (X2) tidak Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan demikian hipotesis ketiga di tolak.

- 5.1.4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Harga (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,294 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 1,265 dengan melihat signifikan sebesar sebesar $1,265 > 0,05$. hal ini berarti bahwa Harga (X2) tidak Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan demikian hipotesis keempat di tolak.
- 5.1.5. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,211 atau 21,1% variabel *Brand Image* (X1), Variasi Produk (X2) Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikn sebagai berikut :

- 5.2.1 Disarankan kepada Toko HR Poso harus mampu meningkatkan *Brand Image* untuk konsumen pada Toko HR Poso. Misalnya dengan memberikan kesadaran kepada konsumen untuk mencintai impor melalui beberapa program pemasaran atau mencari tau harapan-harapan pelanggan yang ada di Toko HR. mempertahankan pelanggan yang sudah ada biasanya lebih menguntungkan daripada mencari konsumen baru. Berikut adalah beberapa alasan dan strategi untuk meningkatkan layanan kepada konsumen serta mempertahankan pelanggan di Toko HR.

5.2.2 Disarankan kepada Toko HR Poso agar dapat meningkatkan kelengkapan Variasi Produk yang di jual dan memperjelas lebeling harga setiap produknya. Sehingga konsumen dapat membedakan produk satu dengan produk lainnya.

5.2.3 Disarankan kepada Toko HR Poso agar Harga yang telah ditetapkan perusahaan harus ditinjau secara periodik. Hal ini perlu diperhatikan mengingat pada saat ini tingkat persaingan cukup tinggi, sehingga perusahaan harus terus meninjau kembali Harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas produk. Untuk itu Toko HR poso harus mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan mencoba lebih memvariasikan keunggulan marketing mix yang dimilikinya. peninjauan harga secara berkala sangat penting, terutama di tengah tingkat persaingan yang tinggi. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Toko HR Poso untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui peninjauan harga dan variasi dalam marketing mix;

1. Responsif terhadap Pasar:

- Harga harus dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, termasuk fluktuasi biaya, permintaan konsumen, dan tindakan pesaing. Peninjauan harga secara berkala memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan.

2. Meningkatkan Daya Saing:

- Dengan meninjau harga secara rutin, Toko HR Poso dapat menemukan cara untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.

3. Meningkatkan Profitabilitas:

- Penyesuaian harga yang tepat dapat membantu meningkatkan margin keuntungan, terutama jika harga dapat dinaikkan tanpa mengurangi jumlah penjualan.