

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian serta uji analisis yang telah dilakukan dalam riset “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Kota Yogyakarta”, maka diperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan dengan uji t yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig. dalam penelitian ini yaitu 0,000 dimana angka tersebut memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X yaitu citra merek terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian. Selain dari itu, berdasarkan pada uji F yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig. dalam penelitian ini yaitu 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yang memiliki pengertian bahwa variabel X yaitu citra merek memiliki pengaruh simultan terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian
2. Berdasarkan dari uji koefisiensi determinasi dalam penelitian ini diketahui nilai R Square yang diperoleh yaitu sebesar 0,535 yang dapat dikatakan bahwa pengaruh dari variabel X (citra merek) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) yaitu sebesar 53,5% dimana keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil tersebut, disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini memiliki pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Kota Yogyakarta.

5.2 Saran

1. Bagi Instansi

Bagi instansi Kopi Kenangan adapun diharapkan dapat menjaga atau mempertahankan citra merek yang dimiliki yang meliputi berbagai hal seperti keunggulan, kekuatan, ataupun keunikan yang dimiliki untuk terus memberikan kepuasan pada konsumen sehingga tetap melakukan pembelian terhadap merek Kopi Kenangan di tengah persaingan usaha produk minuman kopi yang ketat dan berkembang pesat. Dimana pembangunan citra merek yang dimiliki oleh Kopi Kenangan diharapkan mampu mengenalkan merek Kopi Kenangan ke seluruh masyarakat luas terutama di Kota Yogyakarta

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian menjadi lebih luas lagi pada faktor-faktor yang lainnya. Selain itu dapat mengambil objek penelitian dengan cakupan yang lebih luas lagi dalam meneliti, dengan hal tersebut akan menambah jangkauan pada penelitian yang dilakukan maupun hasil penelitian nantinya.