

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan peneliti terhadap variabel-variabel tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta maka dapat disimpulkan bahwa:

5.1.1 Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger.

5.1.2 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger.

5.1.3 Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger.

5.1.4 Citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger.

5.1.5 Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger adalah kualitas produk.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran kepada perusahaan PT. Eigerindo Multi sebagai berikut:

### 5.2.1 Citra Merek

Dari hasil penelitian diketahui bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger, sehingga disarankan kepada pihak perusahaan Eiger untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang selama ini sudah dipresepsikan baik oleh masyarakat dengan cara meningkatkan keunggulan asosiasi merek dan kepercayaan merek.

### 5.2.2 Kualitas Produk

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger, sehingga sangat disarankan kepada pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang selama ini sudah dikenal dikalangan masyarakat luas dengan cara memperbaiki kinerja atau fungsi produk, menambah inovasi dan keistimewaan desain produk, dan menambah nilai estetika produk.

### 5.2.3 Harga

Dari hasil penelitian diketahui bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger, sehingga sangat disarankan kepada pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan strategi harga dengan memberikan promo potongan harga pada produk-produk tertentu dengan melakukan bazar.