

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel *Brand Image* (X_1), *Brand Trust* (X_2), *Product differentiation* (X_3), *Relationship Marketing* (X_4) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand Image* terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. *Brand Trust* terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. *Product differentiation* terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. *Relationship Marketing* terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. *Brand Trust* mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel *Brand Trust* mempunyai pengaruh yang paling kuat

dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel *Brand Trust* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan *Brand Image, Brand Trust, Product Differentiation, dan Relationship Marketings*, dikarenakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terutama mutu dari *Brand Trust*.

Brand Trust mempunyai pengaruh yang dominan dari keempat variabel yang penulis paparkan di atas sebelumnya dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian, diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas bahan penyusun dari produk dan kehandalan mesin serta menyempurnakan aksesoris tambahan sehingga indikator dari *Brand Trust* yakni minat terhadap merek dapat terpenuhi sehingga menciptakan *Brand Trust* yang positif dibenak konsumen sehingga Keputusan Pembelian akan meningkat.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah

masuk dalam penelitian ini seperti Harga, Negara Asal, Kualitas layanan dan lain sebagainya.

