

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kualitas Produk, Harga Produk, *Brand Image*, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut CV Seneng Bareng Sejahtera, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut CV Seneng Bareng Sejahtera.
2. Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut CV Seneng Bareng Sejahtera.
3. *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut CV Seneng Bareng Sejahtera.
4. Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut CV Seneng Bareng Sejahtera.

5.2 Rekomendasi

Terkait dengan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Aspek Manajerial

1. Variabel brand image nilai t hinting paling rendah dari variabel kualitas produk dan harga maka pihak manajerial harus bisa membuat mereka tetap loyal pada produk tersebut dengan cara memberikan diskon, memberikan promosi atau juga dengan memberikan hadiah kejutan.

2. CV Seneng Bareng Sejahtera untuk kedepannya diusahakan agar promosi melalui event dilakukan secara berkala dan pada acara-acara yang lain, promosi dengan cara online, membuat iklan di berbagai media, dan promosi tersebut menarik dalam menyampaikan dan menginformasikan produknya.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dengan menambahkan variabel-variabel seperti kemudahan, kegunaan, dan kualitas interaksi menggunakan teknik analisis yang berbeda, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi.