

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *display*, *brand equity* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator *display*, *brand equity* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang karena semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. *Display* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang. Hasil analisis data t hitung untuk X_1 sebesar 2,362 lebih besar dari t tabel 1,98157 dengan signifikansi sebesar 0,020 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
- c. *Brand equity* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang. Hasil analisis data t hitung untuk X_2 sebesar 3,005 lebih besar dari t tabel 1,98157 dengan signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05.

- d. *Brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang. Hasil analisis data t hitung untuk X_3 sebesar 2,330 lebih besar dari t tabel 1,98157 dengan signifikansi sebesar 0,022 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05.
- e. Pengujian secara bersama-sama antara variabel *display*, *brand equity* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Celcius Pangkalpinang. Hasil analisis data nilai F hitung sebesar 39,764 dan F tabel dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 3 dan $df_2 =$ derajat penyebut 107 dengan taraf 5% maka didapat F tabel sebesar 2,69, berarti $F_{hitung} > f_{tabel}$. Hasil $p = 0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *display*, *brand equity*, *brand image* dan keputusan pembelian.

2. Saran yang ditujukan untuk Distro Celcius Pangkalpinang

- a. Faktor display merupakan usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*direct visual appeal*), maka dari itu Distro Celcius harus menempatkan produk dengan rapi dan dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen agar setiap produk yang di pasarkan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen apabila di lihat.
- b. Memiliki merek yang kuat (*brand equity*) merupakan salah satu aspek penting dalam suatu proses pemasaran. Suatu produk dengan ekuitas merek yang kuat mampu mengembangkan keberadaan suatu merek. Distro Celcius Pangkalpinang harus lebih efektif dalam melakukan strategi pemasaran produk terutama dalam pengenalan kepada konsumen, karena ekuitas merek dapat menciptakan nilai merek dan memberikan banyak manfaat mulai dari persepsi positif dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan sampai munculnya loyalitas konsumen, karena merek yang kuat memberikan kepercayaan serta pengembalian yang tinggi kepada konsumen, sehingga mereka hanya akan membeli merek yang dapat dipercaya.
- c. Citra merek yang kuat merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan karena citra merek merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Distro Celcius harus dapat menciptakan persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek produk yang di pasarkan, sebagaimana yang

direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Citra merek yang kuat dapat mengembangkan citra perusahaan dan merek mempunyai sifat khas dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya.

