

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh *brand equity*, dan *positioning* terhadap keputusan pembelian pada produk toko *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif X_1 *brand equity* dengan skor rata-rata sebesar 3.53, X_2 *positioning* dengan skor rata-rata sebesar 3.58, dan Y keputusan pembelian dengan skor rata-rata sebesar 3.59 termasuk kategori klasifikasi penilaian tinggi. Sehingga dapat diketahui “diduga tingkat *brand equity*, *positioning* dan keputusan pembelian rendah” di tolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada produk toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang dengan nilai t_{hitung} sebesar 10.991 lebih besar dibanding dengan nilai t_{tabel} 1.970 yang berarti bahwa *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang.
3. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *positioning* terhadap keputusan pembelian pada produk toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.892 lebih besar dibanding dengan nilai t_{tabel} 1.970 yang berarti bahwa

positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang.

4. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara *brand equity*, *positioning* dan keputusan pembelian pada produk Toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang. Hasil perhitungan nilai F_{hitung} 78.886 dan nilai F_{tabel} 3.03 maka dihasilkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil perhitungan penelitian bahwa *brand equity* dan *positioning* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada keputusan pembelian pada produk Toko *My Snacks* Bangka Pangkalpinang.

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 dijadikan 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 *brand equity* dan *positioning* terhadap keputusan pembelian.

2. Saran yang ditujukan untuk toko *My Snacks Bangka*

1. *My Snacks Bangka* harus memperhatikan peranan *brand equity* dan *positioning*, disebabkan karena variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. *My Snacks Bangka* hendaknya lebih meningkatkan *brand equity* dalam memasarkan produk, sebuah *brand equity* yang kuat akan dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli, karena konsumen merasa tertarik akan produk yang memiliki *brand* yang kuat dibandingkan dengan produk-produk lainnya yang dipasarkan.
3. *My Snacks Bangka* harus lebih tepat dalam menentukan/ memperhatikan *positioning* dalam memasarkan suatu produk, karena berdasarkan hasil analisis *positioning* juga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap sebuah produk.