

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka disimpulkan:

1. Citra merek memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian mobil merek toyota agya yakni dengan hasil Koefisien Korelasi antara variable citra merek (X) , terhadap keputusan pembelian (Y) adalah 0,848 artinya terdapat hubungan yang erat antara variabel X dan Y.
2. Dari tabel 4.8 diketahui nilai r sebesar 0,848 angka ini menyatakan bahwa variabel citra merek memberikan pengaruh terhadap variabel y atau keputusan pembelian sebesar 84,80%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disarankan:

1. Bagi pengambil keputusan pada PT. Agung Automall, perlu lebih ditingkatkan hal hal yang mampu memberikan citra merek yang lebih melekat dihati konsumen hal ini berguna dalam hal pengambilan keputusan bagi para konsumen dengan meningkatkan hal-hal yang membuat meningkatnya brand image suatu produk
2. Perlu menjadi perhatian dalam meningkatkan citra merek dengan menyisipkan sedikit anggaran untuk melakukan promosi produk agar lebih dikenal oleh masyarakat/konsumen dengan menunjukkan kualitas dari produk yang ditawarkan/dipasarkan.

3. Untuk peneliti selanjutnya bisa meneliti variable harga yang dirasa bisa menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian berikutnya

