

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk layanan internet pada F4 Net Bekasi sebagaimana telah diuraikan secara seksama pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi untuk variabel citra merek sebesar 0,417 atau 41,4% mempengaruhi keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi 0,011 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  diterima.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi yaitu 0,481 atau 48,1% mempengaruhi keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi 0,002 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka dapat diberikan beberapa saran bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian citra merek berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian, oleh karena itu penyedia layanan internet F4 Net Bekasi hendaknya mendengar tanggapan pelanggan untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang dipikirkan oleh konsumen terkait dengan usaha yang dimiliki oleh pemilik, dan memahami sudut pandang pelanggan terkait apa yang sebenarnya mereka butuhkan, maka pemilik usaha dapat menyiapkan dan membentuk rencana baru untuk pengembangan usaha.
2. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan internet F4 Net Bekasi, maka pihak manajemen usaha hendaknya melakukan evaluasi bisnis untuk merhatikan penyebab masalah dan mencari solusi yang tepat untuk memperbaiki kualitas usaha guna menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan menjaga kepercayaan pelanggan agar citra baik dari usaha tetap terjaga.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah indikator pengukuran variabel lainnya seperti harga, promosi, dan kualitas pelayanan agar lebih mengungkapkan keputusan pembelian.