

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini didasarkan pada penelitian yang penulis lakukan pada fase yang berbeda, termasuk pengumpulan, pemrosesan, dan analisis data, untuk menentukan bagaimana citra merek, kualitas produk dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli Nisya Batik Kuningan, kesimpulan penelitian tersebut adalah:

1. Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif oleh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi. Keputusan pembelian dapat meningkat ketika ada ketertarikan konsumen yang signifikan, reputasi positif, dan produk berkualitas tinggi.
2. Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif oleh Citra Merek. Dengan kata lain, semakin besar peningkatan reputasi dan citra merek barang-barang Nisya Batik Kuningan, semakin besar peningkatan keputusan untuk membeli.
3. Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif oleh Kualitas Produk, menunjukkan bahwa produk berkualitas lebih tinggi akan menyebabkan peningkatan pembelian yang lebih besar.
4. Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif oleh Promosi, menunjukkan bahwa promosi dapat mempengaruhi konsumen dan akan menyebabkan peningkatan pembelian yang lebih besar.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan pihak lain yang terkait. Berikut ini adalah saran yang disampaikan :

5.1.2.1. Bagi Pihak Perusahaan Nisya Batik Kuningan

Diharapkan agar Nisya batik Kuningan dapat terus mempertahankan keunggulan dalam hal citra merek dan meningkatkan upaya perbaikan pada aspek citra merek yang masih dianggap sebagai kelemahan, yaitu ketidaktahuan masyarakat Kuningan mengenai produk yang diproduksi mempunyai ciri khas tersendiri.

Selanjutnya diharapkan Nisya Batik Kuningan dapat mempertahankan keunggulan dalam hal citra mereknya dan meningkatkan kelemahan yang ada terutama dalam hal kesesuaian produk dengan kepribadian pengguna. Salah satu *branding* untuk merancang dan mempromosikan barang yang sesuai dengan preferensi konsumen yang dituju.

Diharapkan Nisya Batik dapat tetap unggul dalam hal ke unikan khas Kuningan dan kualitas produknya dan memperbaiki kelemahan yang ada terutama dalam aspek kehandalan produk. Salah satu strategi yang bisa dijalankan oleh Nisya Batik Kuningan adalah meningkatkan penelitian dan pengembangan. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan informasi yang komprehensif kepada semua pengguna tentang komitmen mereka terhadap kecepatan dalam proses perbaikan produk.

5.1.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya mungkin memeriksa faktor-faktor tambahan yang tidak tercakup dalam penelitian ini tetapi yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian mendatang juga dapat berkonsentrasi pada pembuatan indikator untuk citra merek, kualitas produk, dan variabel promosi. Dengan menggunakan beberapa peserta dan tempat, peneliti dapat menggali lebih jauh ke dalam variabel yang sama.