

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa dengan pengolahan data menggunakan alat bantu *software* IBM SPSS *Statistic* 26, dengan membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm INK, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memainkan peran peting yang baik dalam Keputusan pembelian, dengan memberikan dampak baik dan substansial. Artinya, peningkatan Keputusan pembelian, dipengaruhi oleh tingginya kualitas produk terhadap suatu produk.
2. Citra merek penting dalam mempengaruhi pilihan keputusan pembelian dengan memberikan hasil yang baik dan substansial. Sehingga citra merek suatu produk berperan penting sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Dua unsur kunci utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek dan kualitas produk, menunjukkan bagaimana persepsi merek dan kualitas produk yang kuat dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang tinggi.

5.2. Saran

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti menyajikan beberapa implikasi dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai referensi di masa mendatang. Berikut ini adalah saran peneliti:

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden yang dipilih secara acak dari konsumen helm INK, item pernyataan untuk variabel kualitas produk indikator kemampuan layanan, mempunyai skor terendah. Maka perlu pastikan di semua tingkatan memahami produk secara mendalam, termasuk fitur, spesifikasi, dan keamanan. Sehingga akan memberikan pelayanan yang informatif dan responsif kepada konsumen.
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden yang dipilih secara acak dari konsumen helm INK, item pernyataan pada variabel citra merek, indikator identitas merek mempunyai indikator skor terendah. Maka perlu dipastikan desain helm mencerminkan citra merek yang kuat. Desain yang unik, futuristik, dan menarik dapat membantu membedakan produk helm INK dengan produk lain.
3. Penelitian berikutnya dapat memperdalam analisis dengan memasukkan variable independent lain seperti harga, minat beli, promosi dan lainnya.