

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada perusahaan brownies di Kota Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diferensiasi produk, harga dan *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan brownies di Kota Bandung, baik secara simultan maupun secara parsial.
2. Diferensiasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan brownies di Kota Bandung.
3. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan brownies di Kota Bandung.
4. *Brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan brownies di Kota Bandung.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis penulis dalam melakukan penelitian, bahwa perusahaan brownies di Kota Bandung jumlah semakin bertambah. Dengan adanya kondisi seperti ini, menandakan adanya persaingan, untuk itu penulis mempunyai saran sebagai berikut :

1. Diferensiasi produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan banyak dilakukan oleh kaum wanita. Oleh karena itu bagi setiap perusahaan brownies di Kota Bandung sebaiknya selalu melakukan inovasi baru terhadap produknya, agar produk brownies tersebut dapat dibedakan dari produk pesaing dengan memiliki citarasa yang tinggi serta lebih berkualitas.
2. Harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, maka bagi setiap perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan harga. Berdasarkan penelitian lapangan bahwa harga brownies antara satu perusahaan dengan perusahaan brownies yang lainnya tidak terlalu jauh.
3. *Brand image* atau citra merek juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya setiap perusahaan dapat mempertahankan citra merek yang sudah baik serta harus lebih ditingkatkan lagi pelayanannya.