

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian UMKM Dimsum 68 yaitu:

1. Gambaran pada citra merek dan keputusan pembelian menunjukkan bahwa Citra merek pada UMKM Dimsum 68 dapat dilihat dari setiap dimensi yang dihasilkan pada citra perusahaan dalam kategori baik, citra produk dalam kategori baik, sedangkan citra pemakai dalam kategori buruk. Hal ini terbukti dari hasil pengolahan data yang dilakukan yaitu dengan dimensi skor paling tinggi citra produk. Lalu pada keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68 dapat dilihat dari setiap dimensi yang memiliki kategori buruk yaitu pada dimensi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian. Sedangkan pada dimensi jumlah pembelian, dimensi waktu pembelian, dan metode pembayaran dalam kategori baik. Hal ini terbukti dari hasil pengolahan data yang dilakukan yaitu dengan dimensi skor paling tinggi metode pembayaran.
2. Citra merek berpengaruh positif sebesar 86,5% terhadap keputusan pembelian UMKM Dimsum 68, artinya apabila citra merek meningkat maka keputusan pembelian juga meningkat. Sebaliknya, apabila citra merek menurun maka keputusan pembelian juga menurun.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian tersebut, maka implikasi pada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Menunjukkan bahwa citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian, maka dari itu penelitian ini dapat menjadi lebih penting sebagai kontribusi terhadap UMKM khususnya pada UMKM Dimsum 68 ini.
2. Metode pembayaran merupakan indikator dengan persentase terbesar, hal ini tentunya mengandung implikasi bahwa metode pembayaran yang digunakan pada UMKM Dimsum 68 sangat baik dan konsumen merasa nyaman.

3. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan bagi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tasikmalaya agar dapat membimbing para pelaku UMKM. Hal tersebut akan berdampak bagi perekonomian di Kota Tasikmalaya.

5.3 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang diajukan untuk meningkatkan keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Dimsum 68 terdapat beberapa indikator yang memiliki kriteria buruk seperti yaitu citra pemakai, pemilihan produk, pemilihan merek, dan waktu pembelian. Tentunya harus dilakukan upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68 dengan cara merespon keinginan konsumen, mempertahankan citra positif di mata konsumen, melakukan promosi secara berkala di media sosial, dan melakukan branding Dimsum 68.
2. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM terkait untuk memaksimalkan sosialisasi dan komunikasi kepada para pelaku usaha mikro kecil dan menengah lalu melakukan pelatihan-pelatihan, pembinaan dan evaluasi demi meningkatkan kualitas produk dan jasa untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam variabel variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68 selain variabel citra merek. Selain itu juga disarankan untuk memilih jenis industri lain seperti industri pakaian serta memperbanyak sampel dan memperluas cakupan wilayah peneliti.