

BAB V

KESIMPULAN IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran umum mengenai konsep *brand image*, sebagian besar konsumen menilai bahwa variabel *brand image* berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan bahwa indikator tertinggi pada variabel *brand image* yaitu indikator citra produk dan untuk indikator terendah adalah indikator citra perusahaan. Kemudian untuk gambaran variabel keputusan pembelian berada kategori baik. Hal ini ditunjukkan bahwa indikator tertinggi pada variabel keputusan pembelian adalah indikator indikator penentu waktu pembelian dan indikator terendah adalah indikator pemilihan saluran pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *brand image* dan keputusan pembelian. Hal ini diketahui dengan dilakukannya uji T yang menyatakan bahwa terdapat berpengaruh yang signifikan. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di UMKM We Lav It di Kabupaten Garut. Artinya, apabila *brand image* meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat dan apabila *brand image* menurun maka keputusan pembelian akan menurun.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi dari pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian UMKM We Lav It di Kabupaten Garut, yaitu terdapat indikator yang memiliki nilai rata – rata tertinggi pada variabel *brand image* yaitu pada indikator citra perusahaan. Oleh karena itu UMKM We Lav It harus meningkatkan citra perusahaan UMKM We Lav IT apabila citra perusahaan tidak ditingkatkan maka *brand image* UMKM We Lav It akan menurun.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi UMKM We Lav It

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa upaya meningkatkan keputusan pembelian UMKM We Lav It dapat dilakukan melalui *brand image* terutama pada indikator citra perusahaan. Adapun dari indikator citra perusahaan yang dapat ditetapkan UMKM We Lav It yaitu dengan meningkatkan popularitas, kredibilitas, keunikan produk dan meningkatkan daya tarik perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya atau yang akan melanjutkan penelitian ini, peneliti mengusulkan untuk melanjutkan dan memperluas pembahasan dalam penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian selain *brand image*.