

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian Pengaruh variabel *Brand Image* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian, dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Image* memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Bumbu Penyedap Masakan Merek Masako di Surabaya, yang berarti semakin baik *brand image* yang dibentuk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.
2. Persepsi Harga memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Bumbu Penyedap Masakan Merek Masako di Surabaya, yang berarti semakin baik sebuah harga dipersepsikan oleh konsumen dengan diiringi kualitas yang sesuai maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembeliannya.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dijabarkan serta sebagai implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun beberapa saran untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mempertahankan tingkat keputusan pembelian konsumen terutama pada kaitannya dengan *brand image* dan persepsi harga, sebagai berikut :

1. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan *brand image* yang telah diciptakan serta berupaya secara konsisten dalam memperkenalkan identitas merek melalui seluruh sarana komunikasi dan kontak merek yang tersedia, sehingga konsumen dapat lebih mengenal merek Masako dan membentuk sebuah persepsi positif yang pada akhirnya akan meyakinkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk Masako. Selain itu, diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap *brand* Masako, dengan secara sigap mengkonfirmasi berbagai rumor/berita palsu yang dapat mencemarkan *brand image* produk Masako.
2. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan penciptaan persepsi harga yang dibentuk oleh konsumen secara positif terhadap produk Masako dengan diiringi kualitas produk yang sesuai, mengingat konsumen akan melakukan penilaian terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas yang terdapat pada suatu produk sebelum melakukan pembelian. Sehingga upaya tersebut dapat mempertahankan konsumen dalam memilih produk Masako sebagai pilihan bumbu penyedap masakan.