

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Sidoarjo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek suatu produk maka keputusan pembelian semakin meningkat.
2. Persepsi harga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga akan meningkatkan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan di waktu yang akan datang. Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Diharapkan Sari Roti dapat mempertahankan citra mereknya dengan terus berinovasi pada produknya agar konsumen tidak beralih ke produk lain. Adapun yang dapat dilakukan yaitu menghadirkan

berbagai tekstur roti seperti roti yang lebih renyah di luar tetapi lembut di dalam. Selain itu, bekerja sama dengan merek makanan atau minuman terkenal untuk menciptakan edisi terbatas atau produk co-branding.

2. Diharapkan Sari Roti memberikan harga yang terjangkau agar sesuai dengan daya beli konsumen dan dapat bersaing dengan produk serupa pada merek lain. Salah satu hal yang dapat dilakukan seperti memberikan diskon.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memberikan variabel-variabel lain seperti kepercayaan merek, *word of mouth*, dan persepsi kualitas yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.