

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang berasal dari pengujian menggunakan analisis PLS terhadap pengaruh Brand Image (X1) dan Efektivitas Iklan (X2) terhadap Keputusan Pembelian Saus Sambal ABC di Surabaya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian *brand image* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Saus Sambal ABC di Surabaya. *Brand image* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian yang artinya menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* sebuah produk maka akan berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas iklan berperan penting dan memberikan kontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil positif pada variabel efektivitas iklan dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Produk yang memiliki nilai positif pada efektivitas iklan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dipaparkan di atas, terdapat beberapa saran dari peneliti yang dapat dimanfaatkan atau digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan dalam merumuskan pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Saus Sambal ABC di Surabaya, terutama pada variabel kekuatan. Oleh karena itu disarankan pihak perusahaan Heinz ABC Indonesia harus terus mempertahankan kekuatan citra merek dengan cara mempertahankan strategi pemasaran yang telah dilakukan dan menjaga reputasi kualitas produk yang baik perusahaan. Dengan begitu, dapat menarik minat konsumen sehingga persepsi nilai yang diterima konsumen lebih positif terhadap saus sambal ABC.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Efektivitas Iklan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Saus Sambal ABC di Surabaya. Oleh karena itu disarankan agar pihak perusahaan dapat meningkatkan dan mengaplikasikan iklan yang dapat menstimulasi konsumen tentang produk yang diiklankan agar menarik para konsumen untuk membeli produk Saus Sambal ABC.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah referensi dan melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda diluar penelitian ini

sehingga diperoleh hasil dari penelitian yang dapat dijadikan bahan perbandingan.