

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan melalui analisis PLS terhadap variabel citra merek dan trust brand terhadap keputusan pembelian Mcdonald's di Surabaya, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin positif citra merek yang dibangun Mcdonald's, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli Mcdonald's.
2. *Trust Brand* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap Mcdonald's, tidak terlalu berdampak terhadap tingkat keputusan konsumen untuk membeli.

5.2 Saran

1. Mcdonald's sebagai pihak perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan dan mempertahankan citra merek yang dimiliki. Upaya peningkatan citra merek dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran yang konsisten, inovasi menu dan keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial yang relevan dengan target pasar.
2. Mcdonald's perlu mengevaluasi lebih lanjut mengenai elemen-elemen trust brand, khususnya pada jaminan saat mengonsumsi produk yang nantinya bisa memperkuat trust brand dari Mcdonald's sendiri.
3. Disarankan agar penelitian mendatang memperluas cakupan wilayah misalnya di kota-kota lain dan mempertimbangkan variabel tambahan diluar penelitian ini yang memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian.