

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji dan perhitungan yang sudah dilakukan, berikut kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UMKM Simuley Snack Lampung. Dalam uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 8,542 sebagai respons terhadap perubahan variabel citra merek (*brand image*), menunjukkan bahwa *brand image* memengaruhi keputusan pembelian. Nilai pengujian R Square menunjukkan bahwa *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 53,7%. Uji parsial pada variabel brand image (X) menghasilkan nilai "t" hitung sebesar 10,660, dengan nilai "t" tabel sebesar 1,660. Ini mengindikasikan bahwa *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di UMKM Simuley Snack Lampung. Hasil perhitungan regresi juga menunjukkan koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) sebesar 0,532, yang berarti 53,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel *brand image*, sementara 46,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan, peneliti mempunyai saran bagi UMKM Smuley Snack Lampung melihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada UMKM Simuley Snack Lampung, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dengan itu, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Brand Image

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa skor variabel *brand image* terendah pada UMKM simuley snack Lampung disebabkan oleh kualitas produk yang kurang memuaskan dengan skor 3,82. Untuk memperbaiki hal ini, UMKM simuley snack lampung perlu meningkatkan kualitas produk dan berinovasi mengembangkan produk baru atau variasi yang menarik bagi konsumen.

2. Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa skor variabel keputusan pembelian terendah pada UMKM simuley snack Lampung disebabkan oleh kurangnya rekomendasi dari orang lain untuk membeli produk dengan skor 3,82. Untuk memperbaiki hal ini, UMKM simuley snack lampung perlu berfokus pada memperoleh rekomendasi positif dari pelanggan yang pernah membeli dan mencoba produk. Hal tersebut dapat mendorong pelanggan untuk memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan baru, dengan tujuan untuk membangun kepercayaan calon pelanggan dan memiliki peluang meningkatkan keputusan pembelian.