

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai **“Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Buku Merek Grafindo”** (Studi Kasus pada Siswa Kelas X dan XI SMA YPI Tunas Bangsa Palmbang), maka akan dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji koefisien determinasi dan didukung uji F (Uji Simulatan) yang telah penulis analisis sebelumnya, maka didapatkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel kualitas atau mutu (X_1), kegunaan atau manfaat (X_2), harga (X_3) dan citra yang dimiliki (X_4) yang merupakan variabel independen dengan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen adalah kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 67,4 persen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Pada uji t (uji parsial) yang telah penulis analisis sebelumnya didapatkan variabel-variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel harga (X_3) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,745 atau sama dengan 74,5 persen, dan variabel citra yang dimiliki (X_4) dengan tingkat signifikansi 0,706 atau sama dengan 70,6 persen, sedangkan variabel kualitas atau mutu (X_1) dan kegunaan atau manfaat (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian buku merek Grafindo dengan tingkat signifikansi untuk variabel kualitas atau mutu (X_1) sebesar - 0,095 atau sama dengan - 9,5 persen, dan 0,049 atau sama dengan 4,9 persen untuk variabel kegunaan atau manfaat (X_2).
3. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel harga (X_3), karena mempunyai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar 0,745 atau sama dengan 74,5 persen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai **“Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Buku Merek Grafindo”** (Studi Kasus pada Siswa Kelas X dan XI SMA YPI Tunas Bangsa Palmbang), adapun saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Citra merek (X) pada buku merek Grafindo secara keseluruhan sudah baik. Oleh karena itu, Perusahaan Grafindo Media Pratama sebaiknya berusaha untuk mempertahankan dan terus membangun citra merek agar dapat lebih mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan pembelian (Y) terhadap buku merek Grafindo.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, penulis menyarankan agar Perusahaan Grafindo Media Pratama melakukan perbaikan dan pembaharuan serta melakukan evaluasi untuk meningkatkan variabel kualitas atau mutu yang memiliki pengaruh negatif atau berlawanan sebesar – 9,5 persen, dan variabel kegunaan atau manfaat yang hanya berpengaruh sebesar 4,9 persen terhadap keputusan pembelian konsumen.