

B A B V
P E N U T U P

5.1 Sim p u l a n

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh antara Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Rockhouse Dsitro. Brand Image yang dilaksanakan secara efektif dan efisien mempunyai hubungan yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. sebesar 45,6% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian di Rockhouse dapat diterangkan oleh Brand Image yang diterapkan, sedangkan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel lain yang dimaksud adalah harga, promosi, tempat distribusi, serta sebab – sebab lain yang dapat digunakan dalam hal mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan penelitian. Saran tersebut antara lain sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain :

1. Bagi Rockhouse Distro yang memperhatikan Brand Image dalam rangka meningkatkan Keputusan Pembelian diharapkan terus melaksanakan strategi tersebut dengan memperbaiki beberapa kekurangan antara lain: memperhatikan advertising atau periklan yang bagian dari promosi untuk memberikan pengakuan produk pada konsumen yang menggunakan produk yang dipasarkan Rockhouse Distro seperti Kick Denim yang mendominasi jumlah penjualan dan tentunya juga dengan memperhatikan penetapan standar harga, tentunya perlu revisi dengan memperhatikan kondisi dari minat beli konsumen serta perilaku nasabah dalam menggunakan produk.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan sasaran yang lain untuk harga, promosi, tempat dan distribusi.