

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh maupun hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh Citra Merek dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian “(Studi pada Pelanggan Es Bloom Cappucino Cincou Depan Masjid Agung Bumiayu Brebes, Kalierang dan Pasar Bumiayu)”, yaitu:

1. Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Es Bloom Cappucino Cincou di Depan Masjid Agung Bumiayu Brebes, Kalierang, Pasar Bumiayu. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $t$  dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.126 > 1.960$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti secara parsial ada pengaruh variabel independen citra merek ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
2. Terdapat pengaruh lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian Es Bloom Cappucino Cincou Depan Masjid Agung Bumiayu Brebes, Kalierang dan Pasar Bumiayu. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $t$  dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.005 > 1.960$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti secara parsial ada pengaruh variabel independen lokasi penjualan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
3. Terdapat pengaruh citra merek dan lokasi penjualan secara bersama-sama (simultan) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Es Bloom

Cappucino Cincau Depan Masjid Agung Bumiayu Brebes, Kalierang dan Pasar Bumiayu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai probabilitas (*pvalue*) 0,05 ( $0,000 < 0,5$ ). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa citra merek ( $X_1$ ) dan Lokasi Penjualan ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan lagi variabel lainnya mengenai citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat menambahkan jumlah sampel, agar ruang lingkup penelitian lebih luas lagi.

### 2. Bagi Pemilik Es Bloom Cappucino Cincau.

- a. Diharapkan kepada karyawan agar bisa lebih cepat tanggap dalam hal pelayanan, agar citra merek terkenal tidak hanya dalam hal dengan kualitas produknya saja namun juga pelayanan.
- b. Melakukan inovasi baru dengan varian rasa yang lebih menarik dan unik, agar Es Bloom Cappucino Cincau mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.
- c. Diutamakan untuk pemilihan lokasi penjualan berada di dekat pusat keramaian atau area yang mudah dijangkau orang saat berlalu lalang seperti; pusat pembelanjaan atau pasar, lingkungan sekolah, mall.

- d. Hendaknya Pemilik Es Bloom Cappucino Cincau menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, terutama mengenai citra merek dan lokasi penjualan karena sangat penting bagi setiap perusahaan agar suatu perusahaan dapat meraih *competitive advantage* di era globalisasi.