

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian pada batik Semarang 16 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian uji F simultan, hasil analisis variabel-variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pada Uji t Parsial, Variabel citra merek (X1), dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian (Y). Sedangkan variabel harga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.
3. Dari Variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada batik Semarang 16 adalah kualitas produk (X2) dengan nilai koefisien sebesar 0,594.
4. Keputusan pembelian pada batik Semarang 16 dapat dijelaskan oleh variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) sebesar 89,1%. Sedangkan 10,9% dipengaruhi faktor lain diluar model penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diberikan saran :

1. Dari hasil pengujian variabel citra perlu di tingkatkan dengan cara memperbanyak mengikuti fashion show dan pameran agar lebih di kenal orang.
2. Hasil analisis kualitas produk lebih dominan dibanding variabel lainnya, hal ini berarti batik Semarang 16 harus mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas dari batik yang di hasilkannya.

