BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris tentang bagaimana persepsi merek dan tingkat pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Ketje Coffee Cafe. Dengan menggunakan program SPSS, analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini.

Secara bersamaan, keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh citra merek dan keunggulan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli ketika suatu merek mempunyai reputasi positif dan menawarkan layanan berkualitas tinggi yang menguntungkan mereka. Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Brand Image*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat bukti yang mendukung hipotesis bahwa keputusan pembelian responden konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suatu merek. Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika terdapat layanan berkualitas tinggi, pelanggan lebih cenderung memutuskan untuk membeli..

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi subjek penelitian dan peneliti selanjutnya. Secara khusus disarankan agar peneliti fokus hanya pada variabel Citra Merek dan Kualitas Pelayanan saja. Hal ini akan memungkinkan peneliti di masa depan untuk memasukkan variabel lain seperti harga, kepercayaan merek, atau ulasan pelanggan yang selanjutnya dapat memengaruhi keputusan. Dapatkan penelitian ini sehingga Anda dapat menggunakannya sebagai panduan untuk penelitian masa depan.