

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan kepada konsumen Tahu Bandung Palem tentang *Home Industry* tentang Pengaruh Atribut Produk terhadap Citra Merek dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry* maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut Produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Citra Merek (Y) produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry*.
2. Citra Merek (Y) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z) pada produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry*.
3. Atribut produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z) produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry*.
4. Atribut Produk (X) memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z) pada pembelian produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry* melalui Citra Merek (Y).

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Atribut Produk terhadap Citra Merek dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan serta kesimpulan diatas, adapun saran yang diberikan adalah penulis menyarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk Tahu Bandung Palem Sari *Home Industry* yang merupakan salah satu indikator dari variabel Atribut Produk, dikarenakan bagi UKM khususnya Palem Sari *Home Industry* harus lebih memfokuskan diri terhadap kualitas produk yang akan dipasarkan mengapa demikian dari hasil penelitian yang didapat bahwa Atribut Produk memiliki nilai signifikan yang cukup kuat bagi Keputusan Pembelian pelanggan sedangkan, Citra Merek dalam penelitian ini tidak

memiliki nilai yang signifikan sehingga Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Palem Sari *Home Industry*.