

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap CV Cipta Graha Kabupaten Probolinggo, sebagai objek penelitian. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel promosi online, citra merek dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada CV Cipta Graha Kabupaten Probolinggo.
2. Variabel promosi online, citra merek dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada CV Cipta Graha Kabupaten Probolinggo.
3. Variabel citra merek mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta variabel citra merek lebih besar dibandingkan variabel promosi online dan inovasi produk.

1.5 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel citra merek berpengaruh dominan dibandingkan dengan variabel promosi online

dan inovasi produk. Oleh karena itu CV Cipta Graha Kabupaten Probolinggo disarankan untuk menerapkan strategi pemasaran salah satunya dengan tetap meningkatkan citra merek di mata konsumen. Tidak hanya itu perusahaan hendaknya meningkatkan serta mengembangkan promosi online dan inovasi produknya untuk menghadapi persaingan.

2. Penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian contohnya dengan menggunakan variabel harga, kepuasan pelanggan, kualitas layanan dll. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian.