



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Simpulan

Kesimpulan penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh *Brand Image* Uniqlo terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa *brand image (uniqueness)* atau keunikan citra merek dari Uniqlo dapat mempengaruhi percobaan pembelian konsumen Uniqlo. Hal ini didapatkan dari hasil positif terhadap penelitian variable *trial purchase*. Keunikan yang ada di benak konsumen terhadap produk Uniqlo mampu menciptakan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga konsumen melakukan *trial purchase* atau percobaan pembelian pertama kali. Banyak keunikan Uniqlo yang mempengaruhi percobaan pembelian konsumen dan hal tersebut berbeda terhadap setiap kosumen.
- b) Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa *brand image (uniqueness)* atau keunikan citra merek dari Uniqlo dapat mempengaruhi percobaan pembelian konsumen Uniqlo. Hal ini didapatkan dari hasil positif terhadap penelitian variable *repeat purchase*. Keunikan yang ada dibenak konsumen terhadap produk Uniqlo mampu menciptakan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga konsumen melakukan *repeat purchase* atau membeli ulang produk Uniqlo.
- c) Berdasarkan hasil penelitian dapat di lihat bahwa *brand image (uniqueness)* atau keunikan citra merek dari Uniqlo dapat mempengaruhi percobaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pembelian konsumen Uniqlo. Hal ini didapatkan dari hasil positif terhadap penelitian variable *long term purchase*. Keunikan yang ada di benak konsumen terhadap produk Uniqlo mampu menciptakan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga konsumen melakukan *long term purchase* atau pembelian kembali di masa yang akan datang. Hal ini juga menunjukkan adanya loyalitas yang timbul dari konsumen terhadap *brand* Uniqlo karena konsumen terus melakukan membeli secara teratur.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Akademis :
 - a. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian, dalam penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan *brand image* maupun dengan keputusan pembelian untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
 - b. Pertanyaan pada kuisisioner yang peneliti ajukan masih dirasa kurang cukup untuk menggali lebih dalam mengenai *brand image* dan keputusan pembelian sehingga penelitian selanjutnya dapat menggali lagi pertanyaan lebih dalam, dan jika di perlukan penelitian selanjutnya dapat menggunakan teknik pengumpulan data wawancara sehingga tidak membatasi konsumen dalam memberikan jawaban agar mendapat hasil penelitian yang lebih baik lagi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Praktis :

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* Uniqlo berada di kisaran setuju. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* Uniqlo baik di mata konsumen serta konsumen memiliki citra unik terhadap Uniqlo. Sehingga lebih baik jika Uniqlo mempertahankan apa yang sudah ada dibenak konsumen saat ini serta meningkatkan *brand image* terutama dari sisi *uniqueness* yang dapat di tonjolkan. Hal ini pun akan mempengaruhi konsumen dan memberikan keyakinan bahwa Uniqlo adalah *brand* kelas dunia yang bagus dan patut dipertimbangkan.
- b. Berdasarkan hasil penelitian pada bagian *long term purchase* yang hasilnya paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa *brand image (uniqueness)* Uniqlo sangat mempengaruhi pembelian untuk selanjutnya hingga konsumen menjadi *loyal* dengan *brand* Uniqlo. Selain itu Uniqlo harus berusaha meningkatkan *brand image* untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen ketika ingin membeli pertama kali serta agar terus menerus membeli produk Uniqlo hingga akhirnya menjadi *loyal* dengan *brand* Uniqlo.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.