

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milk IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh brand trust dan brand image terhadap keputusan pembelian susu Ultra Milk daerah Pademangan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Brand trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Ultra Milk daerah Pademangan. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat terjadi apabila brand trust pada susu ultra milk meningkat.
2. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Ultra Milk daerah Pademangan. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat terjadi apabila brand image pada susu ultra milk meningkat.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Susu Ultra Milk
  - a. Susu Ultra Milk harus tetap mempertahankan dan meningkatkan brand trust pada konsumen serta perlu meningkatkan perhatian secara individual kepada konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan pengawasan terhadap customer service secara berskala agar mereka dapat melayani konsumen dengan baik dan





maksimal. Sehingga aspek ketertarikan dan perhatian merek (*brand intention*) yang dimiliki susu Ultra Milk dapat dinilai lebih baik lagi oleh konsumen yang pada akhirnya konsumen tetap percaya mengkonsumsi susu Ultra Milk untuk memenuhi kebutuhannya.

- b. Susu Ultra Milk harus tetap mempertahankan dan meningkatkan brand image pada konsumen serta perlu meningkatkan product knowledge kepada konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat sebuah campaign baik secara offline ataupun online tentang kualitas produk khususnya packaging product kepada konsumennya. Sehingga aspek keunikan merek (*uniqueness*) yang dimiliki susu Ultra Milk dapat dinilai lebih baik lagi oleh konsumen yang pada akhirnya konsumen merasakan nyaman dan tidak khawatir tentang packaging product yang steril untuk di konsumsi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat mengembangkan lebih jauh model dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, misalnya seperti promosi penjualan, iklan, harga, dan variabel-variabel lainnya sehingga dapat memperkaya variasi dalam penelitian.
- b. Diharapkan dapat melakukan penelitian serupa di wilayah yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang berbeda sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.