# **BAB V**

# **KESIMPULAN DAN SARAN**

## Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Go-Jek di Jakarta Utara. Maka kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Inovasi produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dengan meningkatnya citra merek, maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

## Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran , antara lain :

1. **Bagi Perusahaan Go-Jek**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh inovasi produk maka dari itu, pihak Go-Jek harus melakukan berbagai cara menarik untuk membuat konsumen semakin tertarik dan menggunakan aplikasi Go-Jek. Cara yang dilakukan membuat promo menarik, meningkatkan keamanan konsumen aplikasi Go-Jek, dan memperbaiki sistem yang dimiliki oleh Go-Jek.

Citra merek yang sudah dibangun dan memiliki citra yang cukup baik terbukti dengan kisaran setuju pada variabel citra merek. Maka pihak Go-Jek harus mempertahankan citra merek yang sudah baik dibangun dengan mempertahankan layanan dan memperbaiki layanan yang masih kurang yang masih banyak keluhan terhadap Go-Jek.

1. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada inovasi produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel harga untuk mengetahui harga yang diberikan sesuai dengan *budget* konsumen atau tidak, agar penelitian dapat menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.