

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Citra merek secara parsial atau individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian busana Nibras di Toko Ayunda Griya Busana.
2. Harga secara parsial atau individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian busana Nibras di Toko Ayunda Griya Busana.
3. Strategi promosi secara parsial atau individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian busana Nibras di Toko Ayunda Griya Busana.
4. Citra merek, harga, dan strategi promosi secara bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian busana Nibras di Toko Ayunda Griya Busana.

B. Saran

1. Bagi Toko Ayunda Griya Busana
 - a) Bagi pihak toko hendaknya mempertahankan atau meningkatkan kualitas yang baik agar citra merek yang sudah melekat dihati konsumen tidak hilang karena banyak pesaing.
 - b) Bagi pihak toko hendaknya mempertahankan harga yang sudah tertera di produk Nibras, karena dengan harga yang baik dimata

konsumen bisa meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen.

- c) Bagi pihak toko hendaknya mempertahankan atau meningkatkan strategi promosi yang sudah diterapkan. Dengan strategi promosi yang baik bisa meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen. Karena konsumen lebih senang dengan promosi-promosi yang ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel yang lain.
- b) Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c) Bagi peneliti selanjutnya, bisa menambahkan sampel penelitian agar hasilnya lebih baik lagi dan dapat digeneralisasi.