

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai hipotesis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan :

- a. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kredibilitas perusahaan dan Kesadaran merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel Kredibilitas perusahaan dan Kesadaran merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dapat diterima.
- b. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel kredibilitas perusahaan mempunyai nilai koefisien beta tertinggi diantara variabel bebas yang lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa kredibilitas perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis ketiga yang peneliti ajukan diterima atau terbukti kebenarannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran-saran, antara lain :

- a. Hasil penelitian skripsi ini secara simultan dari kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menentukan Keputusan pembelian, maka dari itu dari pihak perusahaan sebaiknya memperhatikan dengan baik kedua faktor tersebut. Pentingnya kredibilitas perusahaan bagi suatu perusahaan dalam menyusun suatu strategi untuk dapat mempengaruhi konsumen dan membuat persaingan semakin ketat dengan kompetitor. Kesadaran Merek menjadi penting bagi perusahaan supaya mampu membuat produk yang mudah diingat oleh konsumen serta dapat menjelaskan keunggulan dari merek itu sendiri dan menjadikannya pembeda dari kompetitor yang ada, salah satunya adalah tepung terigu Cakra Kembar.



**Gambar 5.1
Logo Bogasari**



**Gambar 5.2
Logo Cakra
Kembar**

- b. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dalam penelitian lebih lanjut dapat menambahkan variabel-variabel lain yang belum pernah dibahas sebelumnya yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian. Sehingga dapat menjadikan penelitian yang lebih luas dan hasil yang lebih maksimal.