

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
4. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh berpengaruh positif dan signifikan.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memiliki saran, sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan

Dalam melakukan banyaknya pesaing dalam bisnis, Emina harus terus mempertahankan Kualitas Produknya pada semua produknya yang menjadi suatu kepercayaan *brand* bagi konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Perusahaan dapat terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang semakin baik kualitasnya dengan model yang mengikuti perkembangan zaman, dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Terlihat dari variabel yang digunakan, pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel penelitian ini memiliki 3 variabel yang diuji untuk diketahui hasilnya. Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel-variabel lain yang relevan untuk memberikan pengembangan untuk penelitian yang sudah ada seperti *Brand Awareness*, *Brand Trust* dan lain-lain.