

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengujian hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil serta menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image* produk Mixue.
2. Persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue.
3. *Brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian produk Mixue.
4. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *brand image* produk Mixue.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Dengan hasil dari penelitian ini persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mixue yang di mediasi oleh *brand image* yang artinya kepercayaan konsumen terhadap merek sangat penting dalam persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue. Perusahaan harus membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui layanan pelanggan yang baik, responsive dan transparan. Dengan memberikan pengalaman positif kepada konsumen, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang lebih tinggi, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen mixue

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran dari peneliti bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait variabel-variabel yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya harus mengembangkan lebih lanjut terkait dengan menambah variabel lain seperti *brand ambassador* , *brand awareness* dan sebagainya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang belum di teliti dalam penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.
2. Penelitian ini menggunakan penelitian metode kuantitatif yang hanya mengandalkan data primer melalui data kuesioner yang terkumpul, sehingga di harapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif ataupun penelitian campuran untuk mendapatkan hasil akhir yang maksimal.
3. Diharapkan untk dapat memperluas jangkauan responden hingga keluar JABODETABEK untuk bisa mendapat sampel dari masyarakat yang lebih beragam.