

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya maka kesimpulan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan pengguna produk Starcross di DIY. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi citra merek maka akan meningkatkan kepercayaan pelanggan maka H1 diterima.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk Starcross di DIY. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi citra merek maka akan meningkatkan keputusan pembelian maka H2 diterima.
3. Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna produk Starcross di DIY. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka akan meningkatkan keputusan pembelian maka H3 diterima.
4. Kepercayaan pelanggan mampu memediasi hubungan antara citra merek terhadap Keputusan pembelian produk Starcross di DIY maka H4 diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat diusulkan saran sebagai berikut:

- 1) Berhubungan dengan variabel citra merek yang terbukti memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan,

maka peneliti menyarankan kepada perusahaan produk Starcross untuk dapat lebih meningkatkan citra merek kepada konsumen dengan cara memenuhi di indikator-indikator yang ada dalam citra merek yang dibutuhkan konsumen, seperti: pengalaman, simbolis, sosial, fungsional, dan meningkatkan pengalaman.

- 2) Penelitian ini terbatas hanya menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepercayaan pelanggan dan Keputusan pembelian. Penelitian di masa yang akan datang sebaiknya mengidentifikasi variabel-variabel lainnya yang terkait dengan keputusan pembelian, seperti kualitas layanan, kualitas produk, dll.