

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, semakin baik citra merek maka akan semakin tinggi keputusan pembelian responden untuk membeli produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini didasari oleh signifikansi sebesar 0.000 dan nilai koefisien yang positif sebesar 0.417 sehingga H1 diterima.
2. Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya kepercayaan merek yang baik bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi kepercayaan merek yang positif dari konsumen terhadap suatu produk maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini didasari oleh nilai signifikansi sebesar 0.008 dan nilai koefisien yang bertanda positif sebesar 0.195 sehingga H2 diterima.
3. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Artinya semakin tinggi persepsi konsumen terhadap harga produk dengan kualitas barang yang baik, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini didasari oleh nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai koefisien yang bertanda positif sebesar 0.589 sehingga H3 diterima.

4. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, variabel independen citra merek, kepercayaan merek, dan harga memberikan pengaruh sebesar 59.4% terhadap keputusan pembelian, sementara 40.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penjual produk non afiliasi Israel diharapkan terus meningkatkan citra merek dan kepercayaan merek serta menjaga harga produk non afiliasi Israel agar tetap terjangkau dan barangnya berkualitas sehingga bisa jadi alternatif pilihan produk di era boikot ini. Dengan citra merek yang baik, harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk dan mampu bersaing dengan produk yang terafiliasi Israel serta menjaga kepercayaan merek konsumen terhadap keputusan pembelian dan meningkatkan penjualan produk non afiliasi Israel pada era boikot di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengembangkan model penelitian ini, menambah jumlah responden dan melakukan penelitian di wilayah yang berbeda serta memperluas jangkauan populasi tidak hanya di Daerah Istimewa Yogyakarta saja.