

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis, signifikansi hitung didapat sebesar 0.000, maka  $H_a$  diterima yang artinya signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium*.
2. Didapat koefisien determinasi yang didapat pada perhitungan ini adalah 0.251 yang artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand image* dengan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium*. Berdasarkan nilai tersebut, sebesar 25.1% dari kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium* dipengaruhi oleh *brand image*.

#### 5.3. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian ini, didapat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand image* dengan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium*. Dengan demikian, pengembangan *brand image* merupakan faktor yang penting dalam menentukan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium* pada para responden. Sesuai dengan hasil penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus meningkatkan *brand image* dengan

tujuan untuk dapat meningkatkan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium* terhadap produk dan jasa yang dimiliki.

#### 5.4. Keterbatasan penelitian

1. penelitian ini hanya dilakukan pada para responden konsumen Dum Dum Cha. Sementara, penelitian lainnya, memiliki penelitian yang dilakukan pada para responden yang lebih beragam.
2. penelitian ini hanya dilakukan untuk mengukur pengaruh *brand image* dengan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium*. Dalam penelitian sebelumnya, terdapat beberapa independen variabel. Namun, didapat bahwa *brand image* tetap memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium*
3. penelitian ini menggunakan konsumen sejumlah 91 orang responden

#### 5.5. Saran

Peneliti menyarankan kepada pihak perusahaan untuk terus dapat meningkatkan *brand image* dengan sasaran untuk dapat meningkatkan kesediaan pelanggan untuk membayar harga *premium* di kemudian hari.