

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang diperoleh dari 90 responden mahasiswa Universitas “X” Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand image* dan keputusan membeli Pizza “X” pada mahasiswa Universitas “X” Bandung. Hubungan yang terjadi termasuk dalam kategori rendah atau tidak erat.
- 2) Aspek yang membentuk *brand image* positif adalah aspek produk dimana produk pizza memiliki banyak pilihan menu dan aspek tempat dimana konsumen memilih karena dekorasi dan restoran pizza “X” yang nyaman
- 3) Pada aspek harga, terbentuk image negatif pada indikator perbandingan harga dengan ukuran Pizza dimana harga Pizza “X” mahal tidak sesuai dengan ukuran Pizza yang kecil dan pada indikator perbandingan harga dan kualitas rasa dimana harga di restoran Pizza yang lain dengan kualitas rasa yang sama dengan Pizza “X” mendapatkan harga yang lebih murah.

- 4) Pada aspek promosi, terbentuk image negatif pada indikator acara dimana minimnya promosi dalam bentuk mensponsori acara-acara tertentu, membuat konsumen kurang mengenal Pizza “X”.
- 5) Faktor niat mempengaruhi kecenderungan keputusan membeli pada mahasiswa terutama pada sikap orang lain yaitu teman memiliki pengaruh lebih besar dari pada keluarga.

## **5.2 SARAN**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka peneliti mengajukan saran yaitu :

### **5.2.1 Saran Teoritis**

1. Bagi peneliti lain yang tertarik pada bahasan yang sama, untuk memperluas jangkauan penelitian yaitu dengan meneliti bagaimana *brand image* Pizza lain hingga dapat diketahui bagaimana kelebihan dan kekurangan Pizza “X” dengan Pizza yang lain.
2. Disarankan bagi penelitian selanjutnya tidak hanya mengambil sampel pada satu Universitas dan menjaring ukuran sampel yang lebih besar sehingga hasil cakupan penelitian lebih luas.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Bagi pihak produsen disarankan untuk memperhatikan perbandingan harga dengan kualitas dan perbandingan harga dengan ukuran Pizza itu sendiri.

2. bagi pihak produsen disarankan untuk lebih memperhatikan promosi yang dilakukan melalui acara yang diselenggarakan sehingga lebih menarik konsumen.
3. Bagi mahasiswa Universitas “X” sebagai konsumen agar lebih selektif dan cermat dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan hingga mendorong produsen untuk memberikan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.