BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 9,494 >1,973 t_{tabel} nilai *sig* 0,000 < 0,05, yang artinya Ha diterima dan H_0 ditolak. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian bimbingan belajar *online* Ruangguru pada siswa SMAN 1 Banyusari sebesar 34,1% dan dari hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi yaitu Y = 58,992 + 0,763X yang berarti apabila tidak ada variabel citra merek maka keputusan pembelian diperoleh sebesar 58,992 lalu apabila citra merek terjadi peningkatan sebesar 1 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,763.

B. Saran

1. Bagi Ruangguru

   Dari hasil data yang diperoleh bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian bimbingan belajar *online* Ruangguru, maka diharapkan Ruangguru tetap mempertahankan citra merek yang telah tertanam di benak konsumen.

2. Peneliti Selanjutnya

   Berdasarkan hasil data yang telah diperoleh membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 34,1%. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan variabel lain yang belum diteliti yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti persepsi dan motivasi.

UBP KARAWANG