

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Seblak Bangsat Seuhah Ciamis, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik citra merek Seblak Bangsat Seuhah Ciamis maka semakin tinggi kepercayaan dan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk Seblak Bangsat Seuhah Ciamis yang dirasakan konsumen, yang tercermin dari standar kebersihan, kualitas bahan baku, konsistensi rasa, serta kesesuaian produk dengan pesanan, maka semakin besar pula keinginan konsumen untuk melakukan pembelian dan pembelian ulang.
3. *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Seblak Bangsat Seuhah Ciamis. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik citra merek dan kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Seblak Bangsat Seuhah Ciamis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Brand Image*

Brand image terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga penting sekali untuk pihak Seblak Bangsat Seuhah Ciamis untuk terus meningkatkan *brand image* konsistensi konten promosi di media sosial.

2. Kualitas produk

Terkait kualitas produk hasilnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan agar menjaga konsistensi rasa dan mutu produk, sehingga konsumen akan merasa sangat puas dan percaya terhadap kualitas produk seblak yang ditawarkan. Dengan penerapan ini, konsumen akan merasa lebih yakin dan percaya untuk melakukan pembelian ulang.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden penelitian agar hasil yang diperoleh dapat menggambarkan perilaku konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis secara lebih luas dan representatif. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain di luar *brand image* dan kualitas produk, seperti harga, promosi, lokasi, atau kualitas pelayanan, yang diduga turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan membandingkan Seblak Bangsat

Seuhah Ciamis dengan merek seblak lain yang sejenis, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Dengan pengembangan variabel dan cakupan penelitian tersebut, diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih mendalam bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan daya saing kuliner.