

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe. Artinya, semakin tinggi tingkat *brand awareness* dalam benak konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan memilih untuk membeli produk Mehuli Kitchen. Dan berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat diawal dan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang diperoleh dan diambil mengenai *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe.

- a. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *recall* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan analisis uji t yang memperoleh nilai t hitung > t tabel.
- b. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *recognition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan analisis uji t yang memperoleh nilai t hitung > t tabel.
- c. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *purchase* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan analisis uji t yang memperoleh nilai t hitung < t tabel.
- d. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *consumption* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan analisis uji t yang memperoleh nilai t hitung > t tabel.
- e. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa *recall*, *recognition*, *purchase*, dan *consumption* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis dengan analisis uji f yang memperoleh nilai f hitung > f tabel.
- f. Hasil uji  $R^2$  menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,661 yang berarti kemampuan *brand awareness* menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 66,1% dan sisanya 33,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian yaitu dengan meningkatkan kekuatannya dibenak konsumen. Hal utama yang dipertimbangkan ketika konsumen ingin melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa adalah *brand* (merek). Jika merek suatu produk atau jasa lebih terkenal maka konsumen biasanya akan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa tersebut.

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Mehuli Kitchen Kabanjahe, maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan solusi dan masukan yang berkaitan dengan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe yaitu sebagai berikut:

- a. Pada variabel *recall*, adapun upaya yang dapat dilakukan oleh Mehuli Kitchen dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:
  1. Meningkatkan aktivitas media sosial, Mehuli Kitchen dapat meningkatkan aktivitas media sosial dengan memposting konten yang menarik dan informatif, mengikuti tren terkini serta dapat juga melakukan promosi berbayar untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
  2. Menawarkan promo dan diskon, Mehuli Kitchen dapat melakukan promo dan diskon menarik untuk menarik minat konsumen. Hal ini dapat dilakukan pada saat-saat acara tertentu, misalnya hari raya, akhir tahun ataupun ulang tahun.
  3. Mengembangkan program loyalitas, Mehuli Kitchen dapat mengembangkan program loyalitas untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Program loyalitas seperti member card, diskon khusus, pemberian reward agar dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan recall merek.
  4. Meningkatkan aktivitas pemasaran digital, Mehuli Kitchen dapat meningkatkan pemasaran digital dengan membuat website bisnis, agar Mehuli Kitchen dapat dilihat dan dikenali banyak orang.
- b. Pada variabel *recognition*, adapun upaya yang dapat dilakukan oleh Mehuli Kitchen dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:
  1. Memperkuat branding, Mehuli Kitchen dapat memperkuat brand dengan membuat logo yang menarik, mudah diingat, khas serta menggunakan warna dan font yang konsisten di semua media promosi, hal ini akan membantu konsumen mengingat dan mengenal merek dengan mudah.
  2. Meningkatkan vibilitas merek, Mehuli Kitchen dapat meningkatkan vibilitas merek dengan mengikuti bazar UMKM, pameran serta menjadi sponsor dalam suatu acara. Hal ini juga dapat dilakukan dengan menempatkan logo dan nama merek pada tempat-tempat strategis, seperti kemasan produk atau pada produk merchandise. Hal ini akan meningkatkan *recognition* dan *brand awarenees* konsumen.
  3. Menggunakan testimoni pelanggan, Mehuli Kitchen dapat menggunakan testimoni pelanggan untuk memperkuat

*recognition* merek dan meningkatkan *brand awareness*. Testimoni pelanggan yang positif akan membantu meyakinkan konsumen bahwa produk Mehuli Kitchen berkualitas dan layak dibeli.

4. Menyediakan pengalaman pelanggan, Mehuli Kitchen dapat menyediakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan menyediakan pelayanan yang ramah dan profesional serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Hal ini membantu menciptakan kesan yang positif pada konsumen dan meningkatkan *recognition* merek.
- c. Pada variabel *consumption*, adapun upaya yang dapat dilakukan oleh Mehuli Kitchen dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:
1. Meningkatkan kualitas produk, Mehuli Kitchen dapat melakukan pengembangan produk yang berkualitas dengan terus-menerus, melakukan inovasi produk dan memantau kebutuhan konsumen. Selain itu, dapat juga melakukan uji coba produk dan mendapatkan masukan dari konsumen tentang kualitas produk yang ditawarkan.
  2. Memberikan harga yang kompetitif, Mehuli Kitchen dapat menetapkan harga yang kompetitif untuk produk mereka. Hal ini dapat membantu menarik minat konsumen untuk membeli produk dan meningkatkan keputusan pembelian.
  3. Memberikan layanan pelanggan yang baik, Mehuli Kitchen dapat memberikan layanan pelanggan yang baik dan responsif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Mereka harus selalu tersedia untuk membantu konsumen dalam mengatasi masalah atau memberikan informasi tentang produk mereka.
  4. Membuat pengalaman yang menyenangkan, Mehuli Kitchen dapat membuat pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen melalui acara yang melibatkan konsumen, melalui pemberian kemasan produk yang menarik. Hal ini dapat membuat konsumen merasa senang dan berkesan dengan merek Mehuli Kitchen.