

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kelompok referensi dan *brand image* terhadap keputusan konsumen dalam memilih bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) cabang panam Pekanbaru, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Kelompok Referensi (X1) tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y) bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) Cabang Panam, Pekanbaru.
2. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa *Brand Image* (X2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y) bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) Cabang Panam, Pekanbaru.
3. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Kelompok Referensi (X1) dan *Brand Image* (X2) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y) bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) Cabang Panam, Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) Cabang Panam pekanbaru, disarankan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada penelitian ini diharapkan kepada perusahaan agar memperhatikan pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih bimbingan belajar mereka, karena variabel ini tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih. Hal ini dapat diantisipasi dengan memberikan edukasi dan promosi ke sekolah-sekolah, juga dengan membuat *event* agar Ganesha Operation (GO) lebih dikenal. Dengan begitu konsumen akan lebih banyak tahu tentang Ganesha Operation (GO).
2. Disarankan kepada perusahaan lebih meningkatkan kualitas mereka, mengetahui kebutuhan dan keinginan pelajar, serta lebih mampu untuk mengantarkan siswanya meraih sekolah/PTN favorit mereka dimana hal ini yang membuat citra merek (*Brand Image*) Ganesha Operation (GO) lebih kuat dan mudah diingat konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya harus lebih mengembangkan lagi variabel – variabel yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih bimbel sehingga penelitian yang dihasilkan lebih berkembang dan lebih baik lagi.