



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kipas Angin Miyako Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru , dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kipas angin miyako pada masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kipas angin miyako pada masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru.
3. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kipas angin miyako pada masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru.
4. Dengan nilai adjust R square dapat membuktikan bahwa Brand Image dan pengetahuan konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kipas angin miyako pada masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru sebesar 48,5% dan sisanya 51,5% tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 6.3 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dari sebagian konsumen mengharapkan PT. Kencana Gemilang untuk memprioritaskan atau mengutamakan kualitas produknya. Sehingga konsumen yang menggunakan produk tersebut tidak menyesal dan merasa puas serta mengurangi harga pasaran.
2. Sebaiknya PT. Kencana Gemilang meningkatkan *advertising*, *personal selling* dan *promotion* karena dapat membantu konsumen dalam mencari informasi ketika mereka ingin membeli produk tersebut.
3. Perusahaan perlu meningkatkan image yang positif, karena hal ini dapat menimbulkan motivasi dan persepsi konsumen dalam memutuskan pembelian.
4. PT. Kencana Gemilang diharapkan untuk menciptakan varian produk dengan ukuran mini, tanpa harus menggunakan aliran listrik sehingga dapat dibawa dan digunakan konsumen pada kondisi dan situasi apapun.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel yang lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### Hak Cipta Diindungi 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.