

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Pemakai, dan Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian. Berikut merupakan hasil dari penelitian ini:

1. Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Oli Castrol MAGNATEC 10W40. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. $0,000 \leq 0,05$, maka H_1 diterima.
2. Citra Pemakai berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Oli Castrol MAGNATEC 10W40 yang ditunjukkan oleh nilai sig. $0,002 \leq 0,05$, maka H_2 diterima.
3. Citra Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Oli Castrol MAGNATEC 10W40 yang ditunjukkan oleh nilai sig. $0,000 \leq 0,05$, maka H_3 diterima.

Dari 3 indikator Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Oli Castrol MAGNATEC 10W40 yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,874 yang artinya variabel citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian Oli Castrol MAGNATEC 10W40 sebesar 87,4% sedangkan sisanya 12,6% ($100\% - 87,4\%$) variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel citra perusahaan, citra pembuat dan citra pemakai.

Dengan kata lain, bahwa hipotesis yang digunakan pada penelitian ini semuanya diterima dan mengindikasikan bahwa Citra perusahaan, Citra Pemakai, dan Citra Produk dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Oli Castrol MAGNATEC 10W40.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain selain yang digunakan dalam penelitian ini untuk meneliti pengaruh citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini karena selain variabel-variabel yang telah penulis gunakan masih terdapat variabel-variabel lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian yaitu seperti harga, promosi, dan kualitas layanan.
2. Untuk Perusahaan Castrol dapat dilakukan pengembangan terutama variabel citra produk yaitu dengan media promosi seperti baliho yang dipasang di pusat kota juga Toko-toko yang menjual pelumas oli mobil agar menarik banyak konsumen, dan *mobile billboard* yang dapat lebih mendukung citra produk castrol ternama dan terkenal di semua kalangan masyarakat.