

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan ini yaitu untuk mencari pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian magic com miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Dibuktikan dengan nilai signifikan citra merek $0,001 < \alpha 0,05$ dan diketahui nilai t hitung $3,472 >$ dari t tabel $1,984$, artinya citra merek signifikan dengan keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik dan terkenal suatu merek maka keputusan pembelian akan tinggi. Sebaliknya jika merek tidak terkenal maka keputusan pembelian terhadap produk semakin rendah.
2. Variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,006 < \alpha 0,05$ dan nilai t hitung $2,817 >$ dari t tabel $1,984$, artinya kualitas produk signifikan dengan keputusan pembelian. Hal ini berarti jika kualitas produk tinggi, maka keputusan pembelian juga tinggi. Sebaliknya, jika

kualitas produk rendah, maka keputusan pembelian produk tersebut rendah.

3. Variabel citra merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 17.796 dengan signifikan sebesar 0,00 nilai signifikan ini lebih kecil dari α 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian magic com miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.

B. SARAN

Berdasarkan data hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan
 - a. Agar lebih menjaga dan meningkatkan lagi citra merek magic com miyako di masyarakat atau konsumen untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Agar lebih meningkatkan lagi kualitas dari magic com miyako dikalangan konsumen atau masyarakat untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya seharusnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lainnya, sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.