

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengembangkan 2 hipotesis yang akan dibuktikan dengan data yang diperoleh. Data tersebut kemudian diolah menjadi suatu informasi. Untuk menjawab hipotesis yang diajukan dilakukan uji menggunakan SEM Amos dengan uji *measurement model* maupun *structural model*. Kemudian dilanjutkan dengan analisis hubungan antar dimensi variabel eksogen dengan variabel endogen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis hubungan antar dimensi, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baiknya citra merek yang dimiliki sebuah perusahaan maka semakin tinggi keputusan pembelian.
2. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dikarenakan konsumen yang tingkat keterlibatan dalam mencari harga murah ikut memperhatikan nilai produk atau jasa yang diberikan dan manfaat yang akan didapatkan nanti apabila membeli produk/jasa tersebut.

B. Saran

1. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor harus meningkatkan citra merek dengan cara mempromosikan, agar dapat meningkatkan citra merek yang kuat dimata masyarakat dan dapat terus dikenal, dikonsumsi, dipercaya, oleh masyarakat dan menciptakan loyalitas konsumen. Sehingga meningkatkan merek yang kuat dipasaran, karena citra merek yang kuat di mata masyarakat akan meningkatkan daya tarik terhadap keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan studinya di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor.
2. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor harus melakukan pertimbangan harga karena mahasiswa atau calon mahasiswa yaitu konsumen akan melihat dan membandingkan dengan Universitas lain yang mungkin lebih murah dan terjangkau harganya.