

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh product knowledge, emotional branding dan brand reputation terhadap keputusan pembelian cat Nippon paint, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. product knowledge berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$ . Di tambah lagi nilai koefisien beta diperoleh nilai 0,326.
2. emotional branding berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cat Nippon Paint di toko Anugerah Mojoagung. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya yaitu  $0,084 > 0,05$ . Di tambah lagi nilai koefisien beta diperoleh nilai 0,160
3. brand reputation berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$ . Di tambah lagi nilai koefisien beta diperoleh nilai 0,488.
4. product knowledge, emotional branding dan brand reputation secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikat saran sebagai berikut:

1. Untuk toko Anugerah Mojoagung

*Product knowledge, emotional branding* dan *brand reputation* dapat dinilai dari setiap individu konsumen yang berbeda beda. Untuk itu demi kemajuan toko Anugerah alangkah baiknya jika sistem pelayanan, ketersediaan barang, dan keanekaragaman produk lebih ditingkatkan sehingga rasa puas konsumen lebih tinggi.

2. Untuk perusahaan Nippon Paint

Perusahaan harus senantiasa menciptakan inovasi produk baru agar dapat memberikan pilihan bagi serta tetap konsisten menjaga kualitas produknya sehingga keunggulan tetap terjaga. Dengan banyaknya produk produk yang unggul maka konsumen akan tetap bertahan terhadap produk pilihan mereka.

3. Untuk penelitian selanjutnya

Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, sebaiknya penelitian dilakukan dengan objek yang berbeda agar dapat meningkatkan generalisasi penelitian.