**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berpengaruh simultan *brand image*, pelayanan dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di Toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone di Toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
3. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone di Toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
4. Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone di Toko Story-i Solo Paragon Mall Surakarta.
5. Nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0.726 atau 72,6%. Determinasi atau sumbangan variabel *brand image*, pelayanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian iPhone di Toko Story-i Solo di Surakarta sebesar 72,6%. Sisanya sumbangan variabel-variabel lain hanya sebesar 27,4% seperti harga, lokasi, promosi dan lain-lain.

**Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam penelitian ini penulis memberikan saran-saran yang bermanfaat antara lain:

1. Sebaiknya Toko Story-i Solo selalu menjaga *brand image* dengan meningkatkan identitas produk serta kualitas produk yang dimana dapat memuaskan konsumen. *Brand image* sangat berguna untuk menarik pelanggan agar tertarik membeli produk iPhone di Toko Story-i Solo. Adanya *brand image* dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Harusnya Toko Story-i Solo selalu meningkatkan pelayanan yang diberikan agar konsumen puas dan menjadikan Toko Story-i Solo menjadi pilihan utama ketika konsumen ingin membeli iPhone di Surakarta. Dengan diterapkannya pelayanan yang baik dapat meningkatkan ketertarikan calon pembeli di Toko Story-i Solo dan tentunya dapat meningkatkan nilai keputusan pembelian.
3. Hendaknya Toko Story-i Solo memahami sikap konsumen dengan baik yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Adanya pelayanan yang dapat memahami sikap konsumen ketika ingin membeli sebuah produk dengan baik, maka dapat membuat calon pembeli merasa yakin untuk membeli serta menggunakan produk dari Toko Story-i Solo dan tentunya juga dapat meningkatnya nilai keputusan pembelian.
4. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel bebas lainnya selain *brand image*, pelayanan dan sikap konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, mengingat masih terdapat pengaruh sebesar 27,4% di luar variabel penelitian ini seperti harga, lokasi, promosi dan lain-lain.