

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *brand image* dan *brand love* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung
2. *Brand love* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung
3. *Brand image* dan *brand love* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Eiger Bandar Lampung, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menyarankan kepada pihak Eiger Bandar Lampung dapat memproduksi produk terbaru menggunakan teknologi terbaru sehingga *brand image* akan meningkat yang berdampak pada peningkatan keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung.
2. Menyarankan kepada pihak Eiger Bandar Lampung dapat memproduksi produk special edition sehingga menumbuhkan rasa bangga menggunakan produk Eiger yang berdampak pada peningkatan keputusan pembelian Eiger di Bandar Lampung