

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengembangan produk dan Brand image terhadap keputusan pembelian pada Batik Widji Kendal, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Pengembangan Produk (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Melalui inovasi desain, peningkatan kualitas, serta pemenuhan kebutuhan dan preferensi konsumen, produk Batik Widji Kendal menjadi lebih menarik, relevan, dan unggul dibandingkan kompetitor. Hal ini menciptakan citra merek yang lebih kuat dan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk memilih dan membeli produk Batik Widji Kendal. Pengembangan produk yang efektif menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing dan meningkatkan penjualan.
2. Variabel Brand Image (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan menciptakan kepercayaan, meningkatkan persepsi kualitas, dan membangun hubungan emosional dengan konsumen, citra merek yang kuat membantu menarik pembeli baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, brand image yang baik juga membedakan Batik Widji Kendal dari pesaing, mendorong konsumen untuk lebih memilih produk, serta bersedia membayar lebih karena persepsi nilai dan prestise yang ditawarkan. Brand image yang positif menjadi salah satu kunci penting dalam meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar.

3. Variabel Pengembangan Produk (X1) dan Brand Image (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengembangan produk yang berfokus pada inovasi, kualitas, dan desain unik meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Di sisi lain, brand image yang kuat memperkuat persepsi konsumen mengenai kualitas, keaslian, dan nilai budaya yang diwakili oleh merek. Sinergi antara produk berkualitas dan citra merek yang positif mendorong konsumen untuk lebih percaya, loyal, dan bersedia membayar lebih. Pengalaman positif ini memicu pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain, memperluas basis pelanggan. Secara keseluruhan, kombinasi pengembangan produk dan brand image yang baik mampu memperkuat keputusan pembelian dan meningkatkan daya saing Batik Widji Kendal di pasar.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, terdapat saran-saran yang dapat membantu Penjualan Batik Widji Kendal berkembang melalui beberapa cara. Terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan sebagai berikut:

1. Batik Widji dapat mempertimbangkan untuk meninjau ulang atau mengembangkan desain corak yang lebih kreatif dan sesuai dengan tren terkini, karena peningkatan di aspek ini mungkin akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
2. Batik Widji dapat mengembangkan produk yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki nilai budaya dan kualitas unggul, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.
3. Untuk lebih memperkuat posisi merek di benak konsumen, Batik Widji dapat terus fokus pada strategi pemasaran yang menekankan keunikan dan konsistensi identitas merek sehingga semakin melekat dalam memori konsumen.

4. Batik Widji sebaiknya terus meningkatkan aksesibilitas informasi mengenai produknya melalui saluran pemasaran, seperti media sosial, situs web, dan promosi. Ini tidak hanya akan membantu konsumen dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga meningkatkan citra merek dan kepercayaan konsumen.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu sebaiknya peneliti lebih melengkapi teori-teori yang telah berkaitan dengan variabel serta indikator pada variabel penelitian.