

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini yang telah diuraikan oleh penulis pada bab IV, mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Amidis cabang Sentul. Dengan ini penulis menyimpulkan:

1. Secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari ketiga variabel *independen* yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel *dependen* yaitu variabel citra merek dan kualitas produk.
4. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan maka penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan disarankan perlu meningkatkan beberapa *point* dari pernyataan responden yaitu:

Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap citra merek perusahaan, meningkatkan pengenalan citra merek kepada konsumen dipasaran, meningkatkan kebutuhan dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan agar citra merek membawa citra positif terhadap perusahaan, saya selalu percaya bahwa Amidis aman untuk dikonsumsi.

Meningkatkan kualitas produk melalui inovasi-inovasi agar konsumen merasa puas dan kebutuhannya terpenuhi, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi sehingga loyal dan yakin terhadap kualitas produk yang ditawarkan, meningkatkan kemasan pada produk yang ditawarkan, meningkatkan pelayanan kepada konsumen

Meningkatkan promosi penjualan produk yaitu meningkatkan promosi penjualan pada media televisi, memberikan *edukasi* yang baik dan menarik, memberikan informasi yang jelas tentang manfaat kesehatan jika mengkonsumsi produk Amidis, aktif berpartisipasi dalam berbagai *event*, membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

penelitian ini diharapkan agar menjadi informasi dan tambahan untuk bahan referensi pada penelitian selanjutnya, dan juga diharapkan agar menambah objek penelitian misalnya pengaruh harga, psikologis, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Selain itu penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat digunakan dan lebih dikembangkan.