

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian air mineral merek Nestle Pure Life di wilayah Jakarta Timur berdasarkan citra merek dan kualitas produk, maka kesimpulan dan penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($156,541 > 3,09$). Adapun rumus persamaan regresi $Y = 13,135 + 0,819 X1 + 0,249 X2$ dari persamaan tersebut bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat keputusan pembelian.
2. Variabel Citra Merek (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan pengaruh signifikan terhadap signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar ($156,541 > 3,09$) .

3. Variabel Citra Merek (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $(5,976 > 1,985)$.
4. Variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $(2,007 > 1,985)$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat berikan sebagai berikut :

1. Sebaiknya air mineral merek Nestle Pure Life terus mempertahankan citra merek supaya merek air mineral yang diproduksi berkualitas serta menjadi merek air mineral terkenal di pasaran dengan manfaat yang ada pada air mineral merek Nestle Pure Life sehingga akan mudah diingat oleh konsumen dalam melakukan pembelian ulang.
2. Sebaiknya produk air mineral merek Nestle Pure Life dapat terus meningkatkan citra merek dan kualitas produk, supaya merek dan kualitas yang diciptakan tetap terjaga sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya perusahaan air mineral merek Nestle Pure Life harus meningkatkan dan merubah desain pada produknya agar dapat terlihat menarik dimata konsumen untuk membeli.

4. Sebaiknya perusahaan air mineral merek Nestle Pure Life harus memperhatikan kesesuaian kualitas produk dengan menjaga kejernihan air, menambah manfaat serta menarik perhatian konsumen untuk membeli.

