

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan fenomena pada latar belakang, kerangka pemikiran, hipotesis, hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy di Universitas Unsada. Maka pada bagian akhir dari penelitian ini penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama atau simultan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$ dan pengaruhnya sebesar 50,7 atau 50,7% dan 49,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini juga telah dibuktikan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Viola De Yusa & Hastono (2018) yang menunjukkan citra merek, harga dan promosi juga berpengaruh secara Bersama – sama dalam keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Rivero di bandar lampung.
2. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy dengan nilai signifikan yaitu $0,000 > 0,05$ dan pengaruhnya 0,476 atau 47,6% dan 52,4 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Erwin Adi Wijaya, Sasongko, dan Sri Wahyuni (2014), citra merek

mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian .

3. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy dengan nilai signifikan yaitu $0,000 > 0,05$ dan pengaruhnya 0,516 atau 51,6% dan 48,4 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Susi S Sihombing dan Syafrizal Helmi Situmorang (2014) harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian .
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy dengan nilai signifikan yaitu $0,005 > 0,05$ dan pengaruhnya 0,745 atau 74,5% dan 25,5 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Sanggar Pinjar Guntara (2021), promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy sebesar 50,7% presentasi tersebut termasuk dalam kategori cukup tinggi, artinya banyak masyarakat yang merasa puas dengan citra merek, harga dan

promosi yang dilakukan oleh Minute Maid Pulpy pada saat ini. Hal ini seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pihak Minute Maid Pulpy untuk terus membuat inovasi inovasi menarik lainnya sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian.

2. Sebaiknya pihak perusahaan Minute Maid Pulpy lebih meningkatkan citra merek, agar Minute Maid Pulpy selalu mendapat kepercayaan masyarakat luas sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya pihak perusahaan Minute Maid Pulpy harus bisa mengambil kebijakan harga dengan tepat sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian.
4. Sebaiknya pihak perusahaan Minute Maid Pulpy perlu lebih intensif dalam melakukan promosi untuk bisa tepat sasaran sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian
5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat, menciptakan keputusan pembelian pada produk Minute Maid Pulpy.