

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan terhadap susu cair Frisian Flag, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan Uji F, diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $26,515 > 3,090$ dan dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian susu cair Frisian Flag. Variabel Variasi Produk (X1) dan Kemasan (X2) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan $R = 0,595$ (59,5%) yang berarti hubungan antara variasi produk dan kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian susu cair Frisian Flag di Giant *Hypermall* Mega Bekasi dan $R^2 = 0,353$ (35,3%) berarti pengaruh variasi produk dan kemasan adalah 35,3% dan sisanya 64,7% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
- 2) Berdasarkan Uji T, nilai t_{hitung} variasi produk = $2,422 > t_{tabel} = 0,198$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima pada tingkat signifikan 5%, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel variasi produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel Variasi Produk (X1) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, dilihat dari nilai $R = 0,372$ (37,2%) yang berarti hubungan antara variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian susu cair Frisian Flag dan $R^2 = 0,139$ (13,9%) yang berarti variasi produk hanya memiliki pengaruh sebesar 13,9% dan sisanya 86,1% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

- 3) Berdasarkan Uji T, nilai t hitung kemasan = 5,678 > t tabel = 0,198, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima pada tingkat signifikan 5% yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel kemasan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel Kemasan (X2) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, dilihat dari nilai $R = 0,561$ (56,1%) yang berarti hubungan antara kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian susu cair Frisian Flag dan $R^2 = 0,314$ (31,4%) berarti pengaruh kemasan adalah 31,4% dan sisanya 68,6% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk PT Frisian Flag :

- 1) Variasi Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair Frisian Flag sebesar 13,9%. Perusahaan harus lebih meningkatkan variasi produk susu cair seperti ukuran, harga, dan varian rasa. Menghadirkan varian rasa yang sesuai dengan selera konsumen dan harga yang tidak jauh berbeda dengan para pesaing merupakan salah satu cara agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap susu cair Frisian Flag.
- 2) Kemasan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen perusahaan hendaknya tetap mempertahankan kemasan yang sudah cukup menarik dan membuat kemasan menjadi semakin menarik lagi, bila perlu buat kemasan yang memiliki keunikan tersendiri agar keputusan pembelian susu cair Frisian Flag dapat meningkat.

- 3) Variasi Produk dan Kemasan memiliki pengaruh sebesar 35,3%. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap susu cair Frisian Flag, maka dapat mencari variabel lain yang dapat menentukan keputusan pembelian konsumen seperti promosi harga terhadap susu cair Frisian Flag.

