

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan dan memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pengolahan data primer yang telah dilakukan peneliti diperoleh hasil bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh botol sosro pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini menyatakan bahwa Koefisien X_1 sebesar 0,239 menyatakan bahwa setiap terjadi perubahan kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,239 dengan asumsi faktor lain tetap.
2. Berdasarkan pengolahan data primer yang telah dilakukan peneliti diperoleh hasil bahwa merek mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh botol sosro pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini menyatakan bahwa Koefisien X_2 sebesar 0,675 menyatakan bahwa setiap terjadi perubahan merek maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,675 dengan asumsi faktor lain tetap.
3. Berdasarkan pengolahan data primer yang telah dilakukan peneliti diperoleh hasil Kualitas Produk (X_1) dan merek (X_2) sama-sama mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 52,10% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square = 0,521

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat kualitas produk dan merek memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, teh botol sosro hendaknya harus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar mampu bertahan di tengah persaingan antara usaha sejenis.
2. Pihak PT. Sinar Sosro sebaiknya semakin menjaga kualitas produknya agar tetap dipercaya sebagai minuman yang sehat.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti kualitas produk dan merek agar menambah variabel lain seperti harga, iklan, kemasan, diversifikasi produk dan lain-lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian.