

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Lawe Sikap di Kutacane, Aceh Tenggara, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Lawe Sikap di Kutacane, Aceh Tenggara. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan penulis yaitu harga diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. Setelah penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Lawe Sikap di Kutacane, Aceh Tenggara, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang dimiliki oleh AMDK merek Lawe Sikap harus di tingkatkan walau sudah punya standar mutu nasional atau SNI. Karena semakin banyaknya pesaing dengan berbagai merek dan kualitas yang semakin menarik konsumen maka AMDK merek Lawe Sikap harus menciptakan inovasi untuk bersaing lebih lagi misalnya dari bentuk kemasan, ketahanan produk, desain produk, kualitas kinerja seperti alat dan mesin yang semakin modern untuk menunjang hasil produksi, serta meningkatkan ketersediaan bahan baku untuk menjaga sistem produksi yang berkelanjutan.
2. Sementara untuk variabel harga produk AMDK merek Lawe Sikap yang telah ditetapkan oleh perusahaan sudah memberikan kualitas dan manfaat yang baik terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, bukan berarti hal ini berhenti sampai disini saja karena semakin banyaknya pesaing yang dihadapi oleh Lawe Sikap maka perusahaan harus tetap melakukan beberapa hal sehingga nantinya diharapkan konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap harga yang diberikan oleh Lawe Sikap. Beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya adalah : a). perusahaan harus mampu menyetarakan harga dengan manfaatnya sehingga konsumen memiliki citra baik terhadap AMDK merek Lawe Sikap. b). AMDK merek Lawe Sikap

harus mampu meningkatkan performanya agar harga Lawe Sikap dapat di pandang baik oleh konsumen.

3. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini mengangkat pengaruh kualitas produk dan harga yang memiliki nilai R Square cukup rendah yaitu sebesar 51,6% dan sisanya 49,4% merupakan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam mengenai AMDK yang ada di Kutacane dengan menggunakan beberapa merek lokal agar dapat mengetahui seberapa besar persentase pasar yang dimiliki lawe sikap dengan membandingkan dan menambahkan atau mengganti variabel bebas terhadap keputusan pembelian seperti variasi produk, kualitas pelayanan, citra merek, serta promosi kreatif yang dapat menunjang keputusan pembelian.