

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman badak PT. Pabrik Es Siantar di Kota Pematangsiantar berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel promosi adalah 2,107 dengan tingkat signifikan 0,038 >0,05.
2. Desain kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman badak PT. Pabrik Es Siantar di Kota Pematangsiantar berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa nilai t dari variabel desain kemasan adalah 4,684 dengan tingkat signifikan 0,00 >0,05.
3. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh promosi (X_1) dan Desain Kemasan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda yaitu $Y = 11,478 + 0,237 X_1 + 0,653X_2 + e$. Hal ini membuktikan bahwa variabel promosi dan desain kemasan bersama-sama berpengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil uji F, menunjukkan bahwa promosi dan desain kemasan bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dann signifikan terhadap keputusan pembelian minuman badak PT. Pabrik Es Siantar di Kota Pematangsiantar.

5. Promosi (X_1) dan Desain Kemasan (X_2) dapat menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian (Y), dimana berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai R^2 (R square) sebesar 43,6%. Hal ini memberikan makna bahwa 43,6% dari variabel keputusan pembelian minuman badak PT. Pabrik Es Siantar di Kota Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan desain kemasan. sedangkan sisanya 56,4% dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel penelitian.

1.2 Saran

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

1. Promosi yang dilakukan oleh minuman badak sebaiknya membuat bauran pemasaran dengan program promosi yang lebih menarik dan gencar lagi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan promosi minuman badak, perusahaan perlu terlebih dahulu melakukan riset yang dimana bertujuan untuk melihat media promosi mana yang sesuai dengan target pasar serta media dan juga media promosi yang digunakan mengikuti perkembangan jaman. Misalnya dengan melakukan iklan melalui beberapa media online seperti instagram, facebook, dan tiktok. Hal ini bertujuan agar jumlah dari konsumen dapat meningkat dan dapat berarti pula bahwa citra perusahaan yang sudah terbentuk dapat menjadi lebih baik lagi dimata konsumen.
2. Dalam meningkatkan penjualan dari minuman badak, minuman badak perlu melihat kembali bagaimana kemasan mereka di pasaran, tidak hanya meningkatkan pada hal marketing saja tetapi ternyata sebuah desain kemasan

dapat menjadi daya tarik secara visual untuk menarik target atau sasaran penjualan. Diperlukan adanya inovasi dalam desain kemasan minuman badak dan tidak lupa tetap mempertahankan ciri khas dari minuman badak tersebut misalnya dari segi bentuk, minuman badak bisa dikemas dalam bentuk minuman kaleng, minuman botol plastik ataupun dalam bentuk minuman kotak. Minuman badak diharapkan lebih memperhatikan pentingnya fungsi dari packaging karena selain membuat produk aman saat dilakukan pengiriman dan sebagai sarana pengembangan branding dari produk tersebut.

3. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya, yaitu penelitian untuk mengungkap lebih jauh variabel Promosi dan Desain Kemasan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.