

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dan di uji pada bab sebelumnya, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Variabel *brand image* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco. Yang berarti bahwa *brand image* memiliki peranan yang penting untuk keputusan pembelian pada produk Hydro Coco.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco. Hal ini berarti kualitas produk yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pada produk Hydro Coco.
3. Variabel promosi berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco. Yang berarti bahwa promosi harus dilakukan dengan tepat sebab promosi ketepatan tempat dalam melakukan promosi berdampak akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Variabel *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco. Dapat diartikan bahwa *brand image* dan kualitas produk harus

diperhatikan karena variabel ini memiliki peran penting dalam keputusan pembelian pada produk Hydro Coco.

5. Variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco. Yang berarti bahwa kualitas produk dan promosi harus diperhatikan dengan baik pada Pt Kalbe Farma Beverages sebab ini berdampak untuk meningkatkan keputusan pembelian pada produk Hydro Coco.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan di atas, beberapa saran dapat diajukan sebagai pelengkap hasil penelitian dan rekomendasi yang dapat diberikan kepada.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. *Brand image* memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang ingin meningkatkan keputusan pembelian harus lebih memperhatikan *brand image* yang diberikan misalnya produk harus di sebarluaskan agar supaya citra merek yang dimiliki dikenal banyak orang.
2. Kualitas produk memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu bagi perusahaan yang ingin meningkatkan keputusan pembelian perlu memperhatikan kualitas produk yang diberikan misalnya

ditambah kan lagi seperti varian rasa sehingga kan menarik perhatian konsumen.

3. Promosi memiliki peranan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian bagi perusahaan yang ingin meningkatkan pembelian pada konsumen, harus di perhatikan misalnya dalam melakukan promosi harus memilih tempat yang strategis dalam melakukannya karena ini akan berdampak pada keputusan pembelian.
4. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh *brand image* dan kualitas produk sebesar 79,1% sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain.
5. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi sebesar 76,5% sisanya 24,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan buat peneliti selajutnya untuk bisa lebih dikembangkan lagi dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti : distribusi, kualitas pelayanan, atau bisa di faktor SDM, dan lain-lain. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan alat bantu pengola data yang terbaru dan bisa juga variabel ditambah dengan variabel moderating agar supaya penelitian akan berbeda dengan penelitian yang lain dan akan lebih menarik lagi.