

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Terdapat kesimpulan akhir yang peneliti rangkum yaitu sebagai berikut:

1. Variabel kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Keputusan pembelian produk Emina di Batam.
2. Variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Emina di Batam.
3. Variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Emina di Batam.
4. Variabel kemasan, promosi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Emina di Batam sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran peneliti untuk menyempurnakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel dalam penelitian ini sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas didalam penelitian ini. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan

pembelian.

2. Kemasan pada produk Emina dapat dikatakan cukup baik, namun hal ini juga tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan harus tetap meningkatkan kemasan guna meningkatkan penjualan lebih maksimal lagi.
3. Promosi yang dilakukan Perusahaan dikatakan cukup baik. Namun terkait hal promosi ini Perusahaan harus tetap berinovasi dan meningkatkan promosi terhadap produk Emina untuk terus meningkatkan angka penjualan.
4. Citra merek yang dibangun oleh produk Emina sudah dikatakan baik. Tetapi lebih baik lagi Perusahaan untuk terus meningkatkan citra merek guna terus meningkatkan angka penjualan lebih maksimal lagi.