

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah citra merek, kemasan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Big Cola di Kota Batam. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Big Cola di Kota Batam, dimana semakin baik citra merek yang diciptakan perusahaan Big Cola di Kota Batam maka keputusan pembelian akan semakin baik dan sebaliknya semakin buruk citra merek Big Cola, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Big Cola di Kota Batam, dimana semakin baik kemasan yang diciptakan perusahaan Big Cola di Kota Batam maka keputusan pembelian akan semakin baik dan sebaliknya semakin buruk kemasan pada produk Big Cola, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Big Cola di Kota Batam, dimana semakin baik promosi yang dilakukan oleh perusahaan Big Cola di Kota Batam maka keputusan pembelian akan semakin baik dan

sebaliknya semakin buruk promosi yang ditayangkan, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kemasan dan promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Big Cola di Kota Batam dengan proporsi pengaruh sebesar 74,8 persen sedangkan sisanya sebesar 25,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian maka, perusahaan Big Cola di Kota Batam diharapkan untuk senantiasa lebih memperhatikan citra merek dengan selalu menjaga kualitas produk dan rasa yang lebih unggul dibandingkan merek lainnya. Perusahaan juga diharapkan dapat menciptakan kemasan Big Cola yang dapat menarik konsumen dengan memberikan kemasan yang unik dan desain yang menarik. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan promosi-promosi atau diskon yang lebih sering dan dapat ditayangkan di berbagai platform Youtube, Instagram, TikTok sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah atau mengganti jumlah variabel independen lainnya, seperti kualitas produk, inovasi, harga, gaya

hidup, atau variabel lainnya. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan berbagai metode penelitian, seperti metode kualitatif, atau menggunakan populasi yang lebih beragam untuk meneliti lebih lanjut tentang keputusan pembelian konsumen.