

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis yang komprehensif dan pembahasan mendalam pada bab-bab sebelumnya, berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yeo's Green Tea di Kota Batam:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk (dalam hal rasa, kesegaran, dan manfaat kesehatan) terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Yeo's Green Tea di Kota Batam. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen mempertimbangkan kualitas produk sebagai faktor penting dalam memilih Yeo's Green Tea.
2. Analisis data memperkuat temuan bahwa *brand image* (citra merek) Yeo's Green Tea memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* yang positif, yang diasosiasikan dengan merek yang terpercaya, menyehatkan, dan berkualitas, mendorong konsumen untuk memilih Yeo's Green Tea.
3. Penelitian ini juga membuktikan bahwa promosi yang efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yeo's Green Tea. Strategi promosi yang menarik, informatif, dan menjangkau target pasar yang tepat dapat meningkatkan *awareness* dan minat beli konsumen terhadap Yeo's Green Tea.

4. Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, *brand image*, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Yeo's Green Tea di Kota Batam. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel ini saling terkait dan berkontribusi secara kolektif dalam memengaruhi keputusan konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah ditarik, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Dari hasil penelitian, proses keputusan pembelian Yeo's Green Tea sudah baik. Penulis menyarankan perusahaan tetap menjaga kualitas produk, promosi, dan brand image dengan baik agar produk Yeo's Green Tea lebih unggul dan diminati oleh pelanggan.
2. Peneliti mengharapkan PT. Yeo Hiap Seng Indonesia dapat meningkatkan kualitas produk terhadap pelanggan dengan meningkatkan keandalan produk Yeo's Green Tea sehingga dapat membuat produk Yeo's Green Tea lebih dipercaya dalam keandalan produknya sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli produk Yeo's Green Tea.
3. Peneliti mengharapkan PT. Yeo Hiap Seng Indonesia dapat lebih memperhatikan promosi penjualan yang dilakukan melalui pemasaran langsung sehingga penjualan produk secara pemasaran langsung dapat

meningkat serta dapat menarik lebih banyak lagi pelanggan untuk membeli Yeo's Green Tea.

4. Peneliti mengharapkan PT. Yeo Hiap Seng Indonesia dapat memperhatikan reputasi brand image Yeo's Green Tea supaya reputasi brand image Yeo's Green Tea dapat meningkat sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli Yeo's Green Tea.
5. Pada penelitian di masa yang akan datang, diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain selain kualitas produk, promosi, dan brand image yang tentunya memengaruhi variabel dependen keputusan pembelian dan hasil dari penelitian ini dapat menjadi perbandingan atau acuan dalam melakukan penelitian serupa selanjutnya.