

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah citra merek, inovasi dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Gelas 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 pada konsumen Teh Gelas di Kota Batam, dimana semakin baik citra merek yang diterapkan perusahaan Teh Gelas di Kota Batam maka keputusan pembelian juga akan semakin baik dan sebaliknya semakin buruk citra merek Teh Gelas, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Gelas di Kota Batam, dimana semakin baik inovasi yang diciptakan perusahaan Teh Gelas di Kota Batam maka keputusan pembelian akan semakin baik dan sebaliknya semakin buruk inovasi pada produk Teh Gelas, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Gelas di Kota Batam, dimana semakin baik iklan yang dilakukan oleh perusahaan Teh Gelas di Kota Batam

maka keputusan pembelian akan semakin baik dan sebaliknya semakin buruk iklan yang ditayangkan, maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.

4. Proporsi pengaruh citra merek, inovasi dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Gelas di Kota Batam sebesar 75,0 persen sedangkan sisanya sebesar 25,0 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian.

5.2 Saran

Merujuk pada kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan Teh Gelas di Kota Batam disarankan untuk terus memperkuat citra merek guna mendorong peningkatan keputusan pembelian. khususnya produk Teh Gelas yang aman untuk dikonsumsi dan tidak membahayakan kesehatan, hal ini dikarenakan beberapa responden masih merasa bahwa produk Teh Gelas tidak aman dan dapat membahayakan kesehatan. Oleh karena itu diperlukannya untuk menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dalam setiap proses produksinya. Perusahaan juga diharapkan dapat memberikan inovasi produk seperti kemasan Teh Gelas yang ramah lingkungan yang dapat didaur ulang kembali. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan inovasi-inovasi produk seperti varian rasa yang berbeda dan menyegarkan dengan harga yang terjangkau. Dalam merancang iklan, perusahaan Teh Gelas diharapkan dapat menayangkan iklan produk yang menarik yang mudah diingat oleh masyarakat

serta dapat ditayangkan di berbagai platform Youtube, Instagram, TikTok sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian di masa mendatang, disarankan agar peneliti dapat mengeksplorasi variabel independen lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti aspek kualitas produk, tingkat harga, maupun faktor-faktor lain yang relevan. Selain itu, penerapan pendekatan metodologis yang berbeda, seperti metode kualitatif, juga dapat memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif dalam memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam.