

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Analisis dan pembahasan pada Bab sebelumnya, maka tujuan penelitian ini mengetahuinya pengaruh kemasan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng pada PT Pacific Batam Perkasa, terlampir simpulan berikut:

1. Hasil pengujian variabel kemasan dengan nilai t hitung 4,183 dan signifikan 0,000 sedangkan t tabel 1,97796. menunjukkan kuantitas t hitung > t tabel berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Disimpulkan Kemasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng harumas pada PT Pacific Batam perkasa.
2. Hasil pengujian variabel citra merek dengan nilai t hitung 3,763 dan signifikan 0,000 sedangkan t tabel 1,97796. menunjukkan kuantitas t hitung > t tabel berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka disimpulkan Citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng harumas pada PT Pacific Batam perkasa.
3. Hasil Pengujian variabel promosi dengan nilai t hitung 3,610 dan signifikan 0,000 sedangkan t tabel 1,97796. Menunjukkan kuantitas t hitung > t tabel berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dikutip kesimpulan bahwa Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng harumas pada PT Pacific Batam perkasa.

4. Hasil penelitian nilai uji f hitung $105,995 > f$ tabel $3,06$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dikutip kesimpulan bahwa kemasan, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng pada PT Pacific Batam Perkasa.

5.2 Saran

Peneliti juga menyediakan saran-saran agar mendapatkan perbaikan penelitian dimasa yang akan datang maupun bagi perusahaan, yakni:

1. Perusahaan perlu mempertahankan desain kemasan yang ada pada minyak goreng harumas karena dari hasil analisis data tersebut, bentuk pada kemasan, bahan, warna, desain gambar dan kombinasi dari gambar dan warna dapat mempengaruhi keputusan konsumen melakukan pembelian. Akan tetapi, diketahui bahwa kemasan bocor minyak goreng harumas untuk tiap bulan mengalami fluktuatif untuk menghindari kerugian seperti ini, maka sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan pengawasan dengan melakukan pemeriksaan secara konsisten pada kemasan minyak goreng untuk menghindari kerusakan berulang pada produk minyak goreng.
2. Citra Merek dan Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk memperkenalkan kelebihan dari minyak goreng harumas yang dijual atau dipasarkan oleh perusahaan. Sebab itu, butuh peningkatan dari citra merek produk. Lantaran pada ranking *brand* dapat disadari bahwa harumas berada di posisi yang kurang mantap. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan yaitu perlu lebih gencar dalam memberikan informasi produk minyak goreng harumas ini yang dapat dilakukan dengan aktivitas promosi yang berupa

advertensi media cetak maupun secara online. Agar promosi dilakukan bermanfaat bagi citra merek produk dapat dikenal secara luas, mudah dipercaya dan diingat oleh konsumen.

3. Untuk peneliti yang akan datang diharapkan dalam melakukan penelitian dengan menambah jumlah responden serta variabel indenpenden lainnya supaya lebih bervariasi dalam model manajemen pemasaran dengan memberikan hasil yang lebih mantap dan stabil serta memperkuat analisis pada keputusan pembelian.