

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial variabel keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Seraya makmur perdana dengan nilai t hitung 0,239 dan signifikansi 0,002
2. Secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. seraya makmur perdana dengan nilai t hitung 0,249 dan signifikansi 0,003.
3. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Searya makmur perdana dengan nilai t hitung 0,266 dan signifikansi 0,002.
4. Secara simultan variabel keragaman produk promosi dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. seraya makmur perdana dengan nilai F hitung 9,978 dengan taraf signifikansi 0.000.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dalam penelitian ini:

1. Dari pembahasan latar belakang tersebut, keberagaman minuman nu green tea yang dimiliki dari PT seraya makmur perdana masih kurang beragam baik dari

sisi rasa maupun ukuran atau dengan kata lain masih kalah dengan competitor yang banyaknya lima macam dengan rasa yang berbeda - beda dan ukuran yang serentak. Hal ini penulis menyarankan untuk meningkatkan keragaman produk secara lengkap baik dalam menambah jenis ukuran dan varian rasa.

2. Terlihat penjelasan sebelumnya, promosi yang dilakukan sebanyak 2 jenis ini pada tahun 2015 dan 2016, dan pada tahun 2017 sampai 2019 promosi yang dilakukan hanya satu jenis saja. Hal ini bias kita lihat dari tahun ke tahun promosi yang dilakukan mengalami penurunan, oleh karena itu penulis menyarankan untuk menambah atau meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi seperti: media cetak (katalog dan poster) maupun media social dilakukan dengan lebih serentak. Agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
3. Dari penjelasan sebelumnya, Dapat di lihat kualitas produk nu green tea, dari tahun ke tahun penjualan mengalami kediakpastian baik penurunan maupun kenaikan, maka penulis menyarankan untuk lebih memperhatikan kualitas produk dengan mengecek secara berurutan, agar dapat mengatur kadaluwarsa produk, sehingga dapat mengurangi kerugian bagi perusahaan.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu manambah variabel independen lainnya agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian memberikan kontribusi yang baik untuk penelitian selanjutnya tentang keputusan pembelian.