

BAB V

KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

A. Kesimpulan

Dengan melakukan uji pada penelitian ini serta didukung oleh penelitian terdahulu terhadap variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Variasi Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Es Teh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variasi produk maka keputusan pembelian produk Es Teh Indonesia akan semakin meningkat.
2. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Es Teh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi lokasi Es Teh Indonesia maka keputusan pembelian produk Es Teh Indonesia akan semakin meningkat.
3. Word Of Mouth memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Es Teh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi word of mouth pada Es Teh Indonesia maka keputusan pembelian produk Es Teh Indonesia akan semakin meningkat.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada gerai Es Teh Indonesia Cabang Sawangan di Kota Depok. Adapun beberapa saran sebagai berikut:

1. Variasi Produk pada Es Teh Indonesia cabang Sawangan mampu memberika pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya Es Teh Indonesia cabang Sawangan meningkatkan lagi ukuran (cup) produk seperti menambahkan beberapa ukuran dari cup small hingga cup large sehingga diharapkan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pelanggan Es Teh Indonesia.

2. Lokasi pada gerai Es Teh Indonesia cabang Sawangan mampu memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya Es Teh Indonesia cabang Sawangan melakukan peningkatan Akses seperti sehingga diharapkan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Es Teh Indonesia.
3. Word Of Mouth tdk memiliki pengaruh sehingga es the hrs lebih pada gerai Es Teh Indonesia cabang Sawangan mampu memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya Es Teh Indonesia cabang Sawangan melakukan peningkatan untuk mendapatkan informasi sehingga diharapkan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Es Teh Indonesia.

