BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur, yang berarti apabila Kualitas Produk meningkat maka keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur akan meningkat juga.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur , yang berarti apabila Citra Merek meningkat maka keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur akan meningkat.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur , yang berarti apabila Persepsi Harga yang baik terus dipertahankan dan ditingkatkan maka keputusan pembelian es krim wall's di carrefour Tamini Square Jakarta Timur akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan rangkaian uji yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya.Sebagai tindak lanjut dari beberapa temuan penelitian maka penulis merekomendasikan kepada perusahaan untuk memperhatikan secara seksama pentingnya beberapa faktor tersebut, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel Kualitas Produk (X1) es krim wall's sudah dapat mempengaruhi peningkatkan keputsan

pembelian konsumen. Dari hasil penelitian tersebut disarankan kepada perusahaan unutk fokus terhadap Ketahanan kualitas produknya. Hal ini dilakukan untuk lebih dapat memberikan kontribusi kepada keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel Citra Merek (X2) dapat kita ketahui juga bahwa es krim wall's sudah dapat mempengaruhi peningkatkan keputsan pembelian konsumen. Dari hasil penelitian tersebut penulis menyarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan inovasi manfaat dan keunggulan merek agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel Persepsi Harga (X3) dapat kita ketahui juga bahwa es krim wall's sudah dapat mempengaruhi peningkatkan keputsan pembelian konsumen. Dari hasil penelitian tersebut penulis menyarankan kepada perusahaan yang memproduksi es krim wall's membuat konsumen merasa nyaman dengan cara melakukan pendekatan seperti mengadakan diskon sehingga terciptanya loyalitas konsumen.

Bagi penelitian selanjutnya dapat diharapkan menambah variabel bebas lainya guna untuk menambah ilmu di masa depan

UNIVERSITAS NASIONAL