

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020) maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik Kualitas Produk yang dirasakan oleh Pelanggan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020, maka semakin meningkat juga Keputusan Pembelian di kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik Citra Merek yang dirasakan oleh Pelanggan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Tahun Angkatan 2020, maka semakin meningkat juga Keputusan Pembelian di kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020. Hal ini memiliki arti bahwa bahwa Persepsi Harga yang baik yang dirasakan oleh Pelanggan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020, tidak berpengaruh secara nyata terhadap meningkatnya Keputusan Pembelian di kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat

dijadikan sebagai bahan masukan bagi Mixue untuk mempertahankan serta meningkatkan Keputusan Pembelian, diantaranya sebagai berikut :

1. Mixue berhasil membangun kualitas produk dengan kemampuannya mempengaruhi keputusan pembelian. Meskipun demikian, fokus utama Mixue sebaiknya ditempatkan pada tampilan dan inovasinya agar dapat diandalkan lebih daripada kompetitor sejenis. Dengan demikian, diharapkan Mixue dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan keputusan pembelian.
2. Mixue berhasil membangun citra merek melalui pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Namun, perlu ditekankan bahwa mixue tetap harus berusaha lebih untuk menjadikan nama baik/reputasi mixue lebih baik lagi. Dengan demikian, diharapkan mixue dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.
3. Mixue belum dianggap berhasil membangun persepsi harga melalui pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu, perlu ada upaya penyesuaian daya saing harga supaya bisa bersaing dengan kompetitor. Dengan demikian, diharapkan Mixue dapat lebih berperan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian.

