

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, yang sudah dijalankan yang didukung oleh konsepsi dan teori yang selaras dengan topik yang ada di penelitian ini, yaitu “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan Frestea Pada Generasi Z di Jakarta Timur” dapat disimpulkan secara rinci sebagai berikut :

1. Citra Merek terbukti mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Frestea pada generasi z yang ada di Jakarta Timur. Hal ini dikarenakan Citra Perusahaan pada minuman frestea memiliki citra perusahaan yang baik dimata konsumen, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian pada produk tersebut
2. Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Frestea pada generasi z yang ada di Jakarta Timur. Hal ini karena kualitas produk yang dimiliki oleh Frestea sangat sesuai dengan preferensi konsumennya dan varian yang cocok untuk kalangan remaja, serta rasa yang konsisten sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.
3. Persepsi Nilai juga sangat mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Frestea pada generasi Z yang ada di Jakarta Timur. Karena Frestea memiliki varian yang banyak, serta perilaku konsumen pada generasi Z yang suka minuman manis dan menyukai berbagai rasa sehingga menjadi tolak ukur yang positif terhadap manfaat atau kualitas yang didapatkan setelah melakukan pembelian produk tersebut.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti mempunyai berbagai saran yang bermanfaat untuk mengembangkan atau meningkatkan keputusan pembelian pada minuman Frestea ini, berikut saran yang akan dijelaskan diantara lain :

1. Citra merek dengan indikator Citra Pemakai mempunyai hasil mean yang sangat terendah. Citra dari perusahaan tersebut sudah baik karena logo dari

produk yang sudah terkenal di semua kalangan, hal ini bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Akan tetapi, minuman Frestea dapat meningkatkan citra pemakai untuk membangun kepercayaan konsumen bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi sehingga kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut meningkat sehingga dapat meningkatkan keputusan dalam pembelian.

2. Kualitas Produk dengan indikator daya tahan dan konfirmasi mempunyai hasil mean yang terendah. Kualitas dari produk minuman Frestea sudah baik karena bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Tetapi, Frestea harus meningkatkan daya tahan yang cukup lama sebagai mempertahankan dari segi konsistensi rasa dan ekspektasi konsumen untuk mendapatkan kesegaran dari minuman tersebut. Sehingga harapannya bisa lebih mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian.

Persepsi Nilai dengan indikator nilai sosial mempunyai hasil mean yang terendah. Persepsi konsumen terhadap produk tersebut sudah baik karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tetapi, Frestea harus memperkuat produknya sebagai minuman yang mendukung gaya hidup dan kebersamaan melalui promosi yang menunjukkan interaksi sosial. Sehingga dengan hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian

