

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi good day pada masyarakat di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil pengujian citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi good day pada masyarakat di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol.
2. Hasil pengujian harga memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi good day pada masyarakat di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol.
3. Hasil pengujian kualitas produk memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi good day pada masyarakat di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol.
4. Hasil pengujian secara simultan citra merek, harga dan kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi good day pada masyarakat di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol.

B. SARAN

1. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan pemasaran suatu produk. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberikan kontribusi kepada manajemen PT Santos Jaya Abadi untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk kopi good day. Diharapkan manajemen mampu menjaga dan meningkatkan citra merek, harga dan kualitas produk dan selalu memperbarui selebriti yang dijadikan pendukung sesuai dengan perkembangan zaman dan pada saat itu.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimpun untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti

menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.