

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui metode deskriptif dan verivikatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, maka berdasarkan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk minuman teh Nu Green Tea, hal ini berdasarkan pengujian secara parsial yang menunjukkan bahwa merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2 Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk minuman teh Nu Green Tea, hal ini berdasarkan pengujian secara parsial yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, karena ada faktor lain yang lebih besar mempengaruhi seperti kemasan, merek, dan variabel lain yang tidak diteliti.
- 3 Kemasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Nu Green Tea, hal ini berdasarkan pengujian secara parsial yang menunjukkan bahwa kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- 4 Merek, kualitas, dan kemasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk minuman teh Nu Green Tea, artinya merek, kualitas, dan kemasan produk ketiganya mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada produk Nu Green Tea.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti memberikan saran kepada produsen agar meningkatkan merek, kualitas dan kemasan produk dengan cara:

1. Berkenaan dengan variabel merek produk yang memiliki pengaruh pada penelitian ini maka merek yang ditawarkan oleh Nu Green Tea harus dapat meningkatkan daya tarik merek, merek harus melambungkan kualitas yang tinggi, dan merek harus melambungkan status, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.
2. Berkenaan dengan variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh rendah pada penelitian ini maka produk yang ditawarkan oleh Nu Green Tea harus dapat meningkatkan kualitas, meningkatkan kualitas rasa, dan meningkatkan variasi rasa, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

3. Berkenaan dengan variabel kemasan produk yang memiliki pengaruh besar pada penelitian ini maka produk yang ditawarkan oleh Nu Green Tea harus lebih meningkat dari segi kombinasi warna yang sesuai, bahan lebih berkualitas, dan adanya informasi pada kemasan, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

