

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kemasan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Kopukat. Pada penelitian ini, sudah menjelaskan mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan data yang diperoleh maka penelitian dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin kompetitif harga yang diterapkan produk minuman Kopukat maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat. Hal ini dapat diartikan bahwa kemasan tidak memiliki pengaruh apapun baik desain, bahan maupun ukuran terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan anatara promosi terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat Jepara. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin meningkat aktivitas promosi yang dilakukan maka semakin meningkat keputusan pembelian pada produk minuman Kopukat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah disebutkan sebelumnya, maka untuk meyakinkan konsumen terhadap keputusan pembelian, disarankan sebagai berikut:

1. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan lagi penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lainnya untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian dikarenakan membeli produk memiliki banyak sebab terkhusus bagi generasi milenial saat ini dan hasil penelitian ini diharapkan

mampu untuk digunakan referensi sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian dibidang kuliner khususnya pada produk minuman, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan.

2. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap perusahaan minuman Kopukat yaitu agar dapat mempertahankan harga yang sudah ditentukan agar menjadi pilihan utama konsumen dalam melakukan pembelian produk. Selain itu, Kopukat juga dapat memberikan potongan harga pada waktu tertentu misalnya diskon pada hari kemerdekaan atau diskon pada hari besar lainnya. Memperhatikan desain, variasi ukuran dan bahan baku kemasan, akan lebih baik lagi apabila bahan baku kemasannya bisa digunakan kembali. Meningkatkan aktivitas promosi sebaiknya untuk melakukan promosi secara offline juga agar lebih optimal, serta menambah kepahaman ilmu marketing melalui media sosial sehingga konsumen tidak hanya datang ketika ada promo atau diskon saja. Kopukat dapat lebih sering mengadakan *giveaway* pada waktu tertentu agar dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian.