

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kesesuaian harga, *brand image* dan efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian minuman Minute Maid Pulpy Orange pada konsumen di Kabupaten Majalengka, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga, *brand image* dan efektivitas iklan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya keputusan pembelian dapat dijelaskan melalui kesesuaian harga, *brand image* dan efektivitas iklan. Dengan demikian model penelitian dapat digunakan.
2. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin positif persepsi konsumen tentang harga maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin kuat *brand image* yang dimiliki maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
4. Efektivitas iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin efektif iklan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran agar dapat dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Berikut saran yang diberikan peneliti:

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel kesesuaian harga berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator harga bersifat kompetitif, maka perusahaan harus menawarkan harga yang lebih kompetitif, sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Selain itu

berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat, maka perusahaan harus menaikkan persepsi harga sesuai dengan manfaat yang akan dirasakan dan diterima oleh konsumen sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian.

2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel *brand image* berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator logo, maka perusahaan perlu lebih memperhatikan bagaimana pengenalan logo terhadap konsumen untuk meningkatkan kesan *brand image* yang lebih kuat. Selain itu berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator karakter merek, maka perusahaan sebaiknya lebih fokus memperhatikan karakter khas mereknya yang memberikan kepribadian tertentu sehingga konsumen dapat dengan mudah membedakannya dengan merek sejenis dalam kategori yang sama. Kemudian berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator keunggulan merek, maka perusahaan harus memberikan informasi mengenai kualitas bahan yang dipilih dan digunakan dalam pembuatan sehingga minuman Minute Maid Pulpy Orange aman serta memberikan manfaat yang baik bagi kesehatan.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel efektivitas iklan berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator kognisi, maka perusahaan disetiap periklanan harus melakukan promosi yang menarik contohnya dengan memberikan diskon sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Selain itu berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator perubahan kepercayaan, maka perusahaan dapat memperlihatkan atau menyertakan beberapa tanggapan dan penilaian positif pada iklan sehingga konsumen dapat dengan mudah melihat manfaat positifnya sehingga konsumen akan lebih percaya untuk membelinya. Kemudian berdasarkan item pernyataan dengan skor rendah pada indikator keinginan berperilaku, maka perusahaan harus membuat konten iklan yang dikemas dengan menarik dan lebih menyakinkan lagi sehingga membuat konsumen akan tertarik untuk membeli.

4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebaik baiknya dan disarankan untuk menggunakan variabel lain dalam penelitian.