

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “ pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman teh botol sosro (survei pada konsumen teh botol sosro di Kabupaten Kuningan)” menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara bersama -sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya, kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berperan terhadap keputusan pembelian pada minuman teh botol sosro di Kabupaten Kuningan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik kualitas produk dibenak konsumen maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian minuman teh botol sosro di Kabupaten Kuningan.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya apabila harga yang ditawarkan perusahaan lebih terjangkau maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian yang di lakukan konsumen pada pembelian minuman teh botol sosro di Kabupaten Kuningan.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin banyak konsumen melihat promosi pada sebuah produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian minuman teh botol sosro di Kabupaten Kuningan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran dengan harapan dapat dijadikan sebagai langkah di masa yang akan datang untuk meningkatkan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

1. Bagi Instansi

- a. Berdasarkan hasil jawaban responden variabel kualitas produk dengan nilai terendah ada pada pernyataan “Teh botol sosro memiliki daya tahan yang lama dan tidak mudah rusak” ada pada indikator daya tahan produk. Maka saran bagi perusahaan teh botol sosro diharapkan untuk meningkatkan proses produksi dengan inovasi dalam pengawetan, seperti teknologi terbaru dan metode alami, untuk memperpanjang umur simpan tanpa mengurangi rasa. Terapkan kontrol kualitas yang ketat selama produksi untuk memastikan setiap produk memenuhi standar daya tahan. Kembangkan kemasan baru yang efektif, seperti yang mengurangi paparan cahaya dan udara. Pertimbangkan juga penggunaan bahan ramah lingkungan untuk menarik konsumen yang peduli pada keberlanjutan. Lakukan penyuluhan tentang cara penyimpanan teh botol Sosro yang tepat, seperti suhu ideal dan cara membaca tanggal kadaluarsa. Selain itu, lakukan kampanye pemasaran untuk menekankan keunggulan daya tahan produk agar konsumen lebih memahami nilainya.
- b. Berdasarkan hasil jawaban responden variabel harga dengan nilai terendah yaitu ada pada pernyataan “Harga minuman teh botol sosro lebih terjangkau dari pada harga minuman teh merek lain” ada pada indikator keterjangkauan harga. Maka saran bagi perusahaan teh botol sosro diharapkan untuk meningkatkan optimalisasi penetapan harga berdasarkan analisis elastisitas permintaan, perusahaan dapat menganalisis elastisitas permintaan harga Teh Botol Sosro untuk memahami pengaruh perubahan harga terhadap jumlah permintaan. Ini membantu dalam menetapkan harga optimal, memastikan keterjangkauan, dan menjaga profitabilitas. Strategi ini memungkinkan perusahaan menyesuaikan harga di berbagai kondisi pasar tanpa kehilangan konsumen. Melakukan monitoring dan evaluasi harga kompetitor secara berkala, perusahaan harus melakukan monitoring terhadap harga kompetitor untuk memastikan bahwa teh botol sosro tetap berada di posisi harga yang kompetitif. Selain itu perusahaan perlu melakukan inovasi produk dengan fokus pada harga terjangkau, dimana

perusahaan bisa mempertimbangkan inovasi produk yang mempertahankan kualitas tinggi tetapi dengan biaya produksi yang lebih hemat biaya. Dengan demikian perusahaan dapat terus menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau bahkan di tengah fluktuasi ekonomi atau kenaikan biaya produksi.

- c. Berdasarkan hasil jawaban responden variabel promosi dengan nilai terendah yaitu ada pada pernyataan “Banyak frekuensi promosi dilakukan oleh perusahaan yang menarik pembeli minuman teh botol sosro” ada pada indikator frekuensi promosi. Maka, kepada perusahaan teh botol sosro diharapkan untuk meningkatkan diversifikasi saluran promosi dengan melakukan promosi di media sosial untuk memperluas frekuensi promosi melalui media sosial dengan konten yang interaktif dan relevan, seperti promosi yang terjadwal di *instagram*, *tik tok*, dan *facebook* dengan variasi konten seperti video pendek, *story* atau *live session*. Melakukan penggunaan iklan digital seperti tingkatan frekuensi iklan digital melalui *google ads* atau *youtube ads* yang menargetkan demografi tertentu seperti remaja dan pekerja muda yang merupakan konsumen utama minuman siap saji. Melakukan penguatan program loyalitas seperti poin belanja dan *reward*, program ini menghasilkan poin yang bisa dikumpulkan untuk mendapatkan hadiah atau diskon di pembelian berikutnya, cara ini untuk mendorong pembelian berulang. Perusahaan juga perlu melakukan kampanye promosi di tempat penjualan seperti retail modern, supermarket atau minimarket melalui diskon khusus, *bundling* produk atau penawaran *buy 2 get 1* cara ini dapat meningkatkan daya tarik produk saat konsumen berada di titik penjualan. Selain itu perusahaan perlu meningkatkan sponsorship dan kolaborasi dengan influencer atau selebriti karena memiliki pengikut yang besar, lakukan kolaborasi kampanye yang terencana dengan baik untuk menjaga konsistensi promosi dan mengikuti event besar sebagai sponsor utama di acara-acara besar seperti pertandingan olahraga, konser, atau festival nasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan

frekuensi paparan brand tetapi juga memperkuat asosiasi positif dengan acara yang diikuti.

- d. Berdasarkan hasil jawaban responden variabel keputusan pembelian dengan nilai terendah yaitu ada pada pernyataan “anda pernah membeli teh botol sosro karena mendapat rekomendasi dari orang lain” ada pada indikator membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Maka, kepada perusahaan teh botol sosro diharapkan untuk meningkatkan penggunaan testimoni dan review pelanggan seperti publikasi testimoni pelanggan dengan cara kumpulkan dan publikasikan testimoni positif dari pelanggan setia di situs web, media sosial, atau kemasan produk yang dapat mempengaruhi calon konsumen yang mempertimbangkan untuk membeli berdasarkan rekomendasi. Melakukan *rating* dan *review* di *platform E-Commerce* dengan cara mendorong pelanggan untuk meninggalkan ulasan di *platform e-commerce* dan berikan insentif kecil seperti diskon untuk ulasan yang konstruktif, hal ini akan membuat banyak konsumen yang dipengaruhi oleh rating dan review saat membuat keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen teh botol sosro di Kabupaten Kuningan adalah sebesar 79,3% dan sisanya yaitu 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Maka diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang sama tentang keputusan pembelian namun di luar kualitas produk, harga dan promosi serta sampel dan objek yang berbeda sehingga dapat memperdalam pengetahuan mengenai keputusan pembelian.
- b. Penelitian selanjutnya, perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel yang digunakan dalam penelitian yang lebih spesifik.