

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Air Minum Dalam Kemasan Aqua, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin bagus merekomendasikan dengan strategi mulut ke mulut maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin bagus citra merek yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Word Of Mouth* dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan (PT. Tirta Investama)
 - a. Berdasarkan data yang diperoleh dan diolah terhadap variabel Citra Merek, saran yang penulis dapat berikan ialah dengan cara memperkuat aktifitas promosi agar citra merek lebih kuat melalui iklan dimedia cetak ataupun media elektronik agar memperkuat citra merek produk Aqua agar menjadi pilihan masyarakat ketika ingin membeli Air Minum Dalam

Kemasan (AMDK) karena masyarakat terkadang membeli merek dibandingkan membeli produk sehingga secanggih apapun proses produksinya masyarakat tetap membeli merek yang mereka gemari.

- b. Berdasarkan data yang diperoleh dan diolah terhadap variabel Keputusan Pembelian terdapat tanggapan responden yang paling tinggi, maka dari itu saran yang penulis dapat berikan ialah mempertahankan citra merek terhadap produk Aqua.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin sebagai rujukan penelitian selanjutnya.
- b. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terhadap variabel Keputusan Pembelian disarankan untuk menambah variabel independen lain agar lebih melengkapi penelitian ini dan memberikan hasil yang lebih baik.