

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk VCO Bertuah, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen VCO Bertuah di dominasi oleh usia 36-45 tahun dengan persentase perempuan 79 persen. Konsumen VCO Bertuah rata-rata sudah menikah dan berpendidikan sarjana. Pekerjaan konsumen VCO Bertuah sebesar 35% ialah wirausaha.
2. Faktor produk, harga, promosi, distribusi, budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara Bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada produk VCO Bertuah. Faktor produk, harga, promosi, distribusi, sosial, dan psikologi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk VCO Bertuah sedangkan faktor budaya dan pribadi tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk VCO Bertuah.

B. Saran

1. Sebaiknya VCO Bertuah mempertahankan kualitas produk dan mempertahankan kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan, serta juga mempertahankan produk karena variabel tersebut mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen
2. VCO Bertuah lebih meningkatkan promosinya agar penjualan produk VCO Bertuah lebih meningkat