

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka kesimpulan akhir yang menjawab rumusan masalah dan hipotesa untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian AMDK Aqua ini menjelaskan bahwa dengan adanya peningkatan citra merek maka dapat menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian AMDK Aqua ini. Dengan adanya citra merek ini maka keinginan untuk membeli air minum dalam kemasan Aqua ini sangat kuat, karena konsumen akan memberikan informasi tentang citra merek produk yang telah diketahuinya setelah mengkonsumsi dan mencari tau informasi melalui website atau iklan di televisi kepada calon konsumen baru yang berdampak kepada evaluasi alternatif untuk memutuskan pembelian bagi konsumen baru. Berdasarkan pengalaman tersebut konsumen baru akan lebih mudah melakukan keputusan pembelian terhadap AMDK merek Aqua.
2. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian AMDK Aqua. Hal ini menjelaskan dengan adanya peningkatan kualitas produk maka dapat menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian AMDK Aqua ini. Dengan kualitas yang baik dari AMDK Aqua ini seperti air yang jernih, rasa yang menyegarkan setelah mengkonsumsinya, daya tahan yang lama jika disimpan dalam jangka waktu yang lama, serta manfaat-manfaat yang diberikan

AMDK Aqua seperti menurunkan berat badan, menjaga kesehatan tulang, mengatur tekanan darah, mengatur kolesterol, menjaga kesehatan ginjal dan membantu kebutuhan elektrolit dalam tubuh membuat konsumen akan dengan mudah melakukan keputusan pembeliannya karena keyakinannya terhadap kualitas produk yang dibelinya tersebut.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini juga mempunyai implikasi praktis karena dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan (AMDK) dimasa yang akan datang. Untuk variabel citra merek, pihak perusahaan agar lebih memaksimalkan citra merek, karena dalam hal indikator manfaat dari citra merek tersebut dinilai masih rendah dibandingkan dengan variabel yang diteliti, sehingga perlu adanya perbaikan atau inovasi sehingga konsumen merasakan kepuasan lebih setelah mengonsumsi AMDK Aqua dan membuat konsumen merasakan ada perbedaan setelah meminum Aqua dibandingkan meminum air minum dalam kemasan (AMDK) lainnya.

Untuk variabel kualitas produk, pihak perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produknya, terutama dalam hal indikator desain, yaitu desain yang menarik, sehingga perlu adanya inovasi desain pada kemasan AMDK Aqua tersebut, agar dapat terus bersaing di ketatnya industri air minum dalam kemasan (AMDK).

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Karena keterbatasan waktu maka cakupan daerah domisili responden tidak terjangkau di keseluruhan kota Padang, sehingga tidak ada pemerataan responden di setiap daerah dalam melakukan penelitian.

2. Penelitian ini perlu memasukan variabel lainya seperti iklan dan harga agar dapat menyempurkan hasil dari penelitian terhadap keputusan pembelian AMDK Aqua.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain citra merek dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Aqua. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini variabel tersebut belum mampu menjelaskan keseluruhan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini seperti variabel harga, dan iklan.
 - b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup, ruang lingkup yang dimaksudkan disini adalah dearah domisili yang merata di Kota Padang dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini, supaya penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan diharapkan terus melakukan upaya yang dapat membangun citra merek yang positif dengan tetap menciptakan kualitas produk yang baik. Ada baiknya juga citra merek perlu ditunjang dengan aktifitas promosi yang

lainnya seperti, melalui iklan di media cetak ataupun media elektronik, serta dengan memberikan hadiah langsung dalam pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Aqua.

- b. Perusahaan harus tetap mempertahankan performa kualitas produk dengan melakukan inovasi terus menerus untuk memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah waktu ke waktu mengingat persaingan dalam bisnis air minum dalam kemasan (AMDK) yang semakin ketat.

