

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga, terhadap keputusan pembelian produk Yakult di Kota Padang dengan metode pengujian analisis regresi linier berganda maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek, kualitas produk dan harga secara serentak mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk Yakult di Kota Padang secara signifikan.
2. Variabel citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk yakult di Kota Padang.
3. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk yakult di Kota Padang.
4. Variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk yakult di Kota Padang.
5. Variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Kualitas produk, Citra merek.

5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Yakult di Kota Padang memiliki berbagai implikasi yang relevan. Berikut adalah beberapa implikasi yang muncul dari hasil penelitian:

- a. Strategi Pemasaran:

Citra merek ditemukan menjadi faktor yang signifikan dalam keputusan pembelian, perusahaan Yakult dapat mengarahkan upaya pemasaran untuk memperkuat citra merek mereka, baik melalui kampanye iklan, promosi, atau kemitraan merek yang sesuai. Kualitas produk menjadi faktor penentu, perusahaan harus terus memastikan bahwa standar kualitas dipertahankan dan bahkan ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen. Harga diidentifikasi sebagai faktor yang signifikan,

strategi penetapan harga dapat disesuaikan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.

- b. Temuan hasil penelitian mengenai faktor citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Yakult dapat membantu perusahaan dalam merancang dan mengembangkan produk-produk baru atau peningkatan pada produk yang ada untuk lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

5.3. Saran

Setelah dilakukan penelitian maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

- c. Perlunya dilakukan penelitian lanjutan mengenai Iklan dan Promosi, yaitu seperti aktivitas pemasaran, iklan, dan promosi produk Yakult dapat memengaruhi persepsi konsumen di Kota Padang. Kampanye yang efektif dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli produk tersebut.
- d. Perlunya dilakukan penelitian lanjutan mengenai ketersediaan Produk, yaitu ketersediaan produk di berbagai toko atau tempat distributor di Kota Padang juga dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam membeli produk yakult. Kemudahan aksesibilitas dapat memengaruhi keputusan pembelian.
- e. Perlunya dilakukan penelitian lanjutan mengenai faktor Budaya dan Lokal, yaitu aspek budaya dan preferensi lokal di Kota Padang juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam keputusan pembelian produk Yakult.

