

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menguji Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Sprite di Aini Swalayan Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Minat Beli Ulang produk Sprite di Aini Swalayan Surabaya. Yang artinya apabila toko dan perusahaan dapat memberikan persepsi harga yang baik maka tidak menutup kemungkinan meningkatkan minat beli ulang konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Promosi memberikan kontribusi terhadap Minat Beli Ulang produk Sprite di Aini Swalayan Surabaya. Yang artinya, apabila toko dan perusahaan dapat memberikan promosi yang baik dan berkualitas maka tidak menutup kemungkinan meningkatkan minat beli ulang konsumen.

#### **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) selalu memperhatikan harga agar tetap sesuai dengan kualitas yang ada di dalam produk Sprite.
2. Diharapkan perusahaan Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) agar selalu melakukan Promosi berupa menayangkan iklan di media televisi dan media lainnya dengan durasi yang cukup lama. Dikarenakan hal tersebut efektif untuk menarik perhatian konsumen.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan yaitu jumlah sample yang ditetapkan dengan jumlah 77 responden belum bisa mencakup seluruh kalangan usia dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, dan kesusahan mencari responden. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan jumlah sampel dan dapat mencakup semua kalangan usia.