

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode PLS untuk menguji Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Dalam Kemasan Siap Minum Nescafe di Aini Swalayan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Semakin baik citra merek kopi dalam kemasan siap minum Nescafe maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Semakin sesuai atau sebanding harga dengan kualitas, manfaat dan daya beli masyarakat terhadap kopi dalam kemasan siap minum Nescafe maka semakin juga keputusan pembeliannya.

5.2 Saran

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

1. Diharapkan kepada pihak perusahaan untuk berupaya tetap mempertahankan citra merek dalam hal reputasi produk kopi dalam kemasan siap minum Nescafe untuk mempertahankan keputusan pembelian konsumen.
2. Diharapkan kepada pihak perusahaan untuk berupaya tetap mempertahankan standart penetapan harga agar mampu bersaing dan sesuai dengan daya beli konsumen terhadap daya beli kopi dalam kemasan siap minum Nescafe untuk mempertahankan keputusan pembelian konsumen.