

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Cokelat SilverQueen :

1. Citra merek berkontribusi terhadap pembentukan keputusan pembelian konsumen generasi Z. Semakin baik citra merek yang terbentuk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen generasi Z terhadap produk cokelat SilverQueen.
2. Kemasan berkontribusi terhadap pembentukan keputusan pembelian konsumen generasi Z. Semakin baik dan menarik kemasan produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen generasi Z terhadap produk cokelat SilverQueen.
3. Persepsi harga juga berkontribusi terhadap pembentukan keputusan pembelian konsumen generasi Z. Semakin bagus persepsi harga konsumen terhadap produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen generasi Z terhadap produk cokelat SilverQueen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai berikut:

1. Cokelat SilverQueen perlu mengembangkan varian cokelat SilverQueen dan meningkatkan frekuensi pemasarannya di media digital, cetak, maupun secara langsung agar kualitasnya dapat selalu diingat oleh masyarakat luas.
2. Perusahaan perlu mempertimbangkan desain kemasan yang sesuai dengan trend pasar agar menarik masyarakat luas untuk membeli produk cokelat SilverQueen.
3. Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya agar konsumen merasa bahwa harga yang dipasarkan cokelat SilverQueen sepadan dengan biaya yang dikeluarkan atau dibayarkan konsumen.
4. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memasukkan faktor variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.