

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data hasil dari pengujian menggunakan analisis PLS yang digunakan untuk menguji variabel Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya. Maka dari itu, semakin baik persepsi kualitas produk yang diberikan oleh Teh Botol Sosro kepada konsumen, maka akan semakin baik pula tingkat keputusan pembelian pada Teh Botol Sosro di Kota Surabaya.
2. Persepsi harga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya. Maka dari itu, semakin baik persepsi harga yang dapat dibentuk oleh perusahaan Teh Botol Sosro, maka akan semakin baik pula tingkat keputusan pembelian pada Teh Botol Sosro di Kota Surabaya.

5.2 Saran

1. Teh Botol Sosro selaku pihak perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan desain kemasan produk dari persepsi kualitas produk berupa desain kemasan produk yang mampu menarik konsumen untuk membeli produk Teh Botol Sosro. Selanjutnya, desain kemasan produk

dari persepsi kualitas produk Teh Botol Sosro diharapkan dapat ditingkatkan dari para pesaingnya, sehingga konsumen semakin tertarik untuk membeli Teh Botol Sosro. Ketika persepsi kualitas produk yang diberikan oleh Teh Botol Sosro semakin baik, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Teh Botol Sosro selaku pihak perusahaan harus senantiasa berusaha menjaga persepsi harga. Daya saing harga dengan para pesaing harus sangat diperhatikan agar Teh Botol Sosro mampu terus bersaing. Ketika persepsi harga yang dibentuk oleh Teh Botol Sosro semakin baik, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Selain dari Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga yang harus dijaga dan ditingkatkan oleh Teh Botol Sosro, dalam sektor lain seperti promosi, citra merek dan ekuitas merek juga perlu diperhatikan agar perusahaan semakin berjalan dan dikenal dengan baik oleh masyarakat dan konsumen. Semua hal yang telah disebutkan di atas bisa dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian dari Teh Botol Sosro.