BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel persepsi harga mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Aice Ice Cream. Dalam hal ini konsumen merasa bahwa persepsi harga mempengaruhi keputuan pembelian Aice Ice Cream dimana jika persepsi harga memiliki kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Ini berarti bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga produk Aice maka semakin tinggi keputusan pembelian produk Aice.
2. Variabel variasi produk kurang memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian Aice Ice Cream. Dalam hal ini konsumen merasa bahwa variasi produk memiliki pengaruh yang sedikit terhadap keputusan pembelian, masih ada faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terjadi karena, dalam melakukan keputusan pembelian Aice Ice Cream konsumen tidak terlalu mempertimbangkan variasi produk yang lengkap, tetapi konsumen akan merasa puas jika harga yang ditawarkan oleh Aice terjangkau dengan kualitas yang baik.

3. Variabel citra merek mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Aice Ice Cream. Dalam hal ini konsumen merasa bahwa persepsi harga mempengaruhi keputuan pembelian Aice Ice Cream. Produk yang memiliki citra yang baik cenderung akan lebih mudah diterima konsumen. Oleh karena itu citra merek yang dimiliki oleh perusahaan Aice mampu membuat konsumen melakukan pembelian produk Aice, karena perusahaan Aice mempunyai citra yang baik dimata konsumen sehingga konsumen memiliki sikap yang berupa kepercayaan terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik citra merek maka keputusan pembelian konsumen juga semakin tinggi.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Mengingat banyaknya pesaing dipasaran yang dihadapi oleh perusahaan Aice maka perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan agar tetap sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumennya. Dan perusahaan juga harus tetap mempertahankan persepsi harga yang cenderung memberikan keuntungan bagi konsumennya sehingga konsumen dapat tetap tertarik untuk melakukan pembelian produk perusahaan,
2. Dengan variabel variasi produk yang kurang mempengaruhi keputusan pembelian, disarankan untuk lebih meningkatkan dalam menciptakan macam-macam produk Aice agar konsumen bisa membeli produk sesuai

dengan keinginannya, dengan begitu konsumen akan melakukan pembelian.

3. Diharapkan kepada perusahaan Aice untuk mempertahankan citra merek yang baik dengan meningkatkan kualitas terhadap produknya, dan lebih memperhatikan citra perusahaan dengan cara memperluas jaringan distribusi yang memiliki potensi besar terhadap pembelian konsumen terhadap produk Aice ice cream. Dengan memperluas distribusi produk Aice memungkinkan terbentuknya citra positif di benak konsumen.
4. Untuk penelitian lebih lanjut, disarankan dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar penelitian ini untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.