

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan memakai analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Keputusan Pembelian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa Citra Merek memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan Ades di Kop Mart Aneka Usaha Surabaya dengan mempertimbangkan citra dari perusahaan yang membuat produk tersebut, citra konsumen, dan juga citra produk. Semakin baik citra merek suatu produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian akan produk tersebut.
2. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian minuman Ades di Kop Mart Aneka Usaha Surabaya dengan alasan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan harga produk , keterjangkauan harga, serta kesesuaian harga dengan anggaran yang dimiliki konsumen serta persaingan harga dengan produk lainnya. Semakin baik persepsi harga dimata konsumen maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian akan produk tersebut.

## 5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat diutarakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. PT. Coca – Cola Amatil Indonesia diharapkan selalu memperhatikan dan mengelola keseluruhan atribut produk agar harapan maupun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut dapat terkelola dengan baik dan terus meningkatkan pembaruan dalam mengembangkan ciri khasnya yang berbeda dari merek sejenis lainnya, sehingga konsumen mempunyai ketertarikan dalam melakukan pembelian air minum dalam kemasan Ades.
2. PT. Coca – Cola Amatil Indonesia diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan mutu yang lebih baik lagi sehingga adanya kesesuaian antara harga yang ditawarkan perusahaan dengan mutu produk tersebut.
3. PT. Coca – Cola Amatil Indonesia diharapkan dapat terus melakukan pembaruan dan meningkatkan citra merek yang baik agar konsumen semakin percaya dan puas dengan produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.