

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pengujian-pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pristine 8,6+ memiliki kandungan yang diharapkan dapat dipertahankan oleh PT. Super Wahana Tehno, karena sudah banyak masyarakat memahami adanya kandungan pH tinggi pada Pristine 8.6+. Kandungan yang ada pada Pristine 8,6+ bisa membuat masyarakat memahami pentingnya air minum pH tinggi untuk tubuh. Dengan kualitas yang sudah terjaga dapat membuat konsumen semakin percaya bahwa gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat mulai dari apa yang dikonsumsi sehari-hari dapat meningkatkan kadar asam di tubuh, dan disinilah Pristine 8,6+ hadir dengan kandungan kadar basa di dalamnya dapat membantu menurunkan kadar asam dari berbagai makanan maupun polusi yang masuk ke dalam tubuh.
2. Pada hal ini, harga menjadi sebuah hal yang penting untuk Pristine 8,6+ dikarenakan adanya kandungan yang sesuai dengan harga yang dijual. Harga yang masih kompetitif dengan pesaingnya ini membuat banyak konsumen sadar bahwa harga Pristine 8,6+ sudah sesuai dengan produknya.

3. Place dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pristine 8,6+ dikarenakan konsumen merasa bahwa Pristine 8,6+ sudah cukup dikenal sehingga membuat konsumen mudah untuk menemukan produk ini di toko yang sudah mereka tentukan. Pada dasarnya produk Pristine 8,6+ dapat dikatakan produk yang sudah dicari secara berkala untuk beberapa konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan mereka.
4. Promosi yang dilakukan oleh Pristine 8,6+ sudah membuat banyak kalangan masyarakat sadar bahwa produk tersebut hadir di Sidoarjo kota, kabupaten Sidoarjo. Media promosi yang dijalankan oleh Pristine 8,6+ memiliki dampak yaitu Brand Awareness kepada konsumen.
5. Pada penelitian ini Bauran Pemasaran secara simultan sudah memiliki pengaruh secara signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari konsumen yang membeli produk Pristine 8,6+ berdasarkan dari Waktu Pembelian, yang dimana merupakan salah satu dari indikator dari Keputusan Pembelian. Dengan melihat waktu pembelian, mereka menyesuaikannya dengan ketika mereka selesai melakukan aktifitas seperti minum kopi, makan yang pedas atau aktifitas lainnya yang membuat asam didalam tubuh meningkat.

5.2 Saran

1. Pristine 8,6+ sudah mampu melakukan pemerataan di toko kelontong, minimarket maupun supermarket, akan tetapi hal tersebut kurang berjalan dengan baik. Diperlukan adanya pemaksimalan pemerataan di

beberapa market place pada media online, melihat kemudahan jaman sekarang banyak konsumen yang lebih memilih belanja lewat online disbanding harus datang ke toko untuk berbelanja/

2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian pengembangan maupun penelitian replikasi dari penelitian ini, diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak atau lebih luas cakupannya. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan item-item pertanyaan yang terbatas, perlu dilakukan pengembangan dengan melihat indikator atau bahkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian air minum Pristine 8,6+. Dan lokasi penelitian dapat melihat dari seberapa meratanya produk Pristine 8,6+ di satu kota untuk dapat melakukan penelitian dengan hasil yang lebih maksimal.
3. Dalam penelitian ini menggunakan metode bootstrap untuk menghitung hasil penelitian pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. Dengan menggunakan metode lainnya akan melihat hasil penelitian dari sisi lain, sehingga dapat melihat hasil penelitian yang lebih luas tidak hanya dari metode bootstrap dalam penelitian ini.