BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Coca-Cola di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya Hidup berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada produk Coca-Cola di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Aktivitas atau kegiatan pada Gaya Hidup konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk Coca-Cola di Surabaya. Karena gaya hidup erat kaitannya dengan pilihan produk sesesorang agar sesuai dengan gaya hidup mereka.
2. Citra Merek berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada produk Coca-Cola di Surabaya. Hasil penelitian meunjukkan bahwa suatu merek harus memiliki inovasi produk yang unik dan beda daripada produk yang lainnya, maka potensi konsumen untuk melakukan pembelian akan semakin meningkat. Dengan adanya hal tersebut semakin baik citra suatu merek maka akan semakin tinggi keputusan pembelian pada produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan pada produk Coca-Cola tetap mengikuti perkembangan gaya hidup pada masyarakat dengan melihat aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Diharapkan Coca-Cola terus berinovasi terhadap produknya agar terus membangun citra mereknya dan dapat menjaga serta mempertahankan citra mereknya. Selalu memberikan kesan yang baik bagi konsumen yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel – variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian dan mendapatkan hasil yang relevan.