

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditentukan 3 (tiga) simpulan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji signifikansi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya;
2. Berdasarkan hasil uji signifikansi, dapat disimpulkan bahwa harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya;
3. Berdasarkan hasil uji signifikansi, dapat disimpulkan bahwa promosi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah ditentukan, maka penulis menyarankan sudut pandang (*point of view*) sebagai berikut:

1. Kualitas produk adalah faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada teh kotak Ultrajaya. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produknya guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen;
2. Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada teh kotak Ultrajaya. Meskipun harga teh kotak Ultrajaya lebih tinggi dari produk sejenis lainnya, konsumen masih cenderung membelinya karena persepsi tinggi terhadap nilai atau kualitas produk. Oleh

karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan strategi harga yang mendukung keputusan pembelian konsumen dan meminimalkan dampak negatif pada minat pembelian;

3. Promosi juga dapat menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada teh kotak Ultrajaya. Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk ini. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan atau meningkatkan upaya promosi mereka guna memaksimalkan dampaknya pada keputusan pembelian konsumen.