

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Pada bab akhir ini, penulis mengemukakan hasil akhir penelitian yang diperoleh setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar MKG di Jakarta Utara. Hasil-hasil penelitian tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah.

Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang diberikan GOOMA Tea Bar MKG tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan.
2. Harga yang diberikan GOOMA Tea Bar MKG berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Citra merek yang diberikan GOOMA Tea Bar MKG berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Penulis memaparkan saran-saran yang berasal dari pemahaman, ide, berbagai batasan yang penulis peroleh saat melalui setiap tahap dan proses yang telah penulis jalani dalam melakukan pengujian ini. Penulis berharap agar setiap temuan dan saran penelitian akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak-pihak yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membutuhkan di kemudian hari, terdapat beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait keputusan pembelian pelanggan yang dilihat berdasarkan kualitas produk, citra merek, dan harga sehingga dapat membantu perusahaan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar.
2. Sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk, citra merek, dan harga yang dimilikinya karena faktor tersebut secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang belum diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.