

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, maka didapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap citra merek pada produk Ultra Milk.
2. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ultra Milk.
3. Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Ultra Milk.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ultra Milk melalui citra merek memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

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.



B. **Saran**

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Berdasarkan hasil penelitian, dalam hal kualitas produk pada Ultra Milk sebaiknya perusahaan mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, selain itu juga memerlukan program-program pemasaran agar konsumen menjadi semakin percaya dengan kualitas produk Ultra Milk sehingga konsumen akan memutuskan melakukan pembelian pada produk Ultra Milk.
 2. Dalam hal citra merek pada produk Ultra Milk sudah cukup bagus dipersepsi konsumen, perusahaan harus tetap mempertahankan citranya, jika perlu ditingkatkan agar menjadi semakin baik misalnya dengan mengadakan event-event dan menjadi sponsor dalam kegiatan yang ada dalam masyarakat.
 3. Dalam hal keputusan pembelian pada produk Ultra Milk sudah cukup bagus, rata-rata konsumen setuju untuk melakukan pembelian ulang bahkan mengkonsumsi dalam jangka panjang. Jika perlu ditingkatkan agar menjadi semakin baik misalnya dengan program-program pemasaran seperti pada waktu-waktu tertentu memberikan harga diskon, atau memberikan hadiah pada pembelian dalam jumlah tertentu. Hal ini dimaksud agar konsumen yang setia pada produk Ultra Milk tidak pindah ke produk lain karena melihat promosi yang dilakukan pada produk tersebut, selain itu juga dapat menarik konsumen baru untuk membeli produk Ultra Milk.
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.