

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh harga, saluran distribusi dan merek terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di desa Balunijuk Kabupaten Bangka, dimana t hitung 2.730 lebih besar dari t tabel 1.980. Terbukti bahwa konsumen menilai harga produk air minum kemasan Bolesa di di desa Balunijuk Kabupaten Bangka sesuai dengan kualitasnya dan jenis yang ditawarkan.
2. Saluran ditribusi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka, dimana t hitung 2.462 lebih besar dari t tabel 1.990. Terbukti bahwa konsumen menilai Minuman kemasan merek Bolesa sangat mudah di jumpai diberbagai lokasi di desa desa Balunijuk Kabupaten Bangka.
3. Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka, dimana t hitung 2.420 lebih besar dari t tabel 1.980. Terbukti bahwa konsumen menilai Minuman kemasan merek Bolesa memiliki kualitas kemasan dan rasa yang sangat baik.

4. Harga, saluran distribusi dan merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka, dimana F hitung 16.772 lebih besar dari F tabel 2.72. Terbukti dengan adanya harga, saluran distribusi dan merek yang dirasakan konsumen secara positif akan meningkat keputusan pembelian. Meningkatkan keputusan pembelian produk minuman kemasan Bolesa menggambarkan keberhasilan pihak manajemen dalam menjalankan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dari bab sebelumnya, peneliti memberikan sumbangan saran dalam hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penelitian Mendatang
 - a. Penelitian mendatang dapat memperpanjang periode pengamatan dan disarankan untuk memperluas ruang cakupan penelitian tentang pengaruh harga, saluran distribusi dan merek terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa pada konsumen di desa Balunijuk Kabupaten Bangka.
 - b. Hendaknya variabel penelitian lebih dikembangkan lagi sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik dari segi analisis data yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, saluran distribusi dan merek sebesar 0.332 atau 32.3% dan sisanya sebesar 0.677 atau 67.7% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang diluar penelitian seperti: kualitas produk, sikap konsumen, promosi, dan lain-lainya.
2. Bagi Bolesa

- a. Perusahaan juga sebaiknya tidak mengabaikan harga, saluran distribusi dan merek karena terbukti bahwa kesemuanya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian untuk memilih produk produk air minum kemasan.
- b. Hendaknya bolesa memberikan diskon harga kepada pelanggan maupun konsumen yang membeli dalam skala banyak maupun perunitnya, hal ini akan memberikan daya tarik kepada pelanggan dan konsumen tetap melakukan pembelian selanjutnya.
- c. Perusahaan bolesa sebaiknya melakukan promosi dengan cara periklanan melalui media misalnya media surat kabar mapun media sosial lainnya, agar merek bolesa semakin dikenal di masyarakat Bangka Belitung.