

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dalam penelitian dan setelah diolah dengan menggunakan SPSS maka hasil penelitian tentang pengaruh *product quality* (kualitas produk), *product packaging* (kemasan produk), dan *location* (lokasi) terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif pertanyaan pada setiap indikator, variabel *product quality* masuk ke dalam kategori penilaian tinggi dengan skor 4,00, variabel *product packaging* masuk dalam kategori penilaian tinggi dengan skor rata-rata 4,08, variabel *location* masuk dalam kategori penilaian tinggi dengan skor rata-rata 4,13 dan variabel keputusan pembelian masuk ke dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 4,04.
- b. *Product Quality* (Kualitas Produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t pada variabel *product quality* (kualitas produk) $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,313 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988 dan nilai $p=0,001 < 0,05$.
- c. *Product Packaging* (Kemasan Produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko

Aseng Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t pada variabel *product packaging* (kemasan produk) $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,352 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988 dan nilai $p=0,000 < 0,05$.

- d. *Location* (Lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t pada variabel *product packaging* (kemasan produk) $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,648 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988 dan nilai $p=0,000 < 0,05$.
- e. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* (kualitas produk), *product packaging* (kemasan produk) dan *location* (lokasi) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai f_{hitung} 44,197 dan nilai f_{tabel} 2,71 maka nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu nilai $p=0,000$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain *product quality* (kualitas produk), *product packaging* (kemasan produk), dan *location* (lokasi) agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa memengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi Pihak *Happy Milk Tea*

a. *Happy Milk Tea* harus lebih memperhatikan kualitas produk karena itu merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Usaha yang dapat dilakukan antara lain memberikan pelatihan pada karyawan khususnya bagian produksi agar dapat mempertahankan cita rasa yang dimiliki oleh *Milk Tea* terlebih lagi ciri khas pada jelly yang ada di dalam *Milk Tea* tersebut. Selain itu, pihak *Happy Milk Tea* juga bisa melakukan inovasi seperti mengeluarkan produk dalam bentuk *sachet* (kemasan kecil) sehingga memudahkan bagi konsumen jika ingin menjadikannya sebagai buah tangan atau oleh-oleh dari Bangka yang tak perlu khawatir terhadap daya tahan *Milk Tea* tersebut.

- b. *Happy Milk Tea* harus lebih memperhatikan kemasan produk, karena selain kualitas produk hal pertama yang nampak oleh mata konsumen adalah kemasan dari sebuah produk, sehingga semakin cantik dan unik kemasan yang digunakan oleh sebuah produk maka semakin besar kemungkinan seseorang akan melakukan keputusan pembelian. Selain itu, pada kemasan juga harus dituliskan keterangan atau cara penyimpanan *Happy Milk Tea* dengan yang baik (sebaiknya tidak berada di dalam suhu ruang lebih dari 3 jam dan segera dimasukkan ke dalam lemari es setelah membeli *Happy Milk Tea*) agar tidak cepat basi. Dengan adanya informasi tersebut pada kemasan dapat memudahkan para konsumen dan tidak mengharuskan mereka untuk bertanya tentang hal tersebut.
- c. *Happy Milk Tea* harus lebih memperhatikan lokasi tempat usaha agar dapat menarik minat konsumen, seperti membuka cabang baru yang sebelumnya harus di seleksi terlebih dahulu apakah memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi *Happy Milk Tea* itu sendiri, karena lokasi yang strategis adalah hal yang memungkinkan para konsumen mudah dalam mengunjungi gerai toko serta dengan memadai lahan parkir yang luas dan aman.