

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan baik secara parsial dan simultan, adalah :

- 1) Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($6,317 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,050$
- 2) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,859 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,050$
- 3) Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,948 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,050$.
- 4) Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan dapat dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel (F hitung $>$ F tabel ($31,306 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,05$).

2. Besar pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan baik secara parsial dan simultan, adalah :

- 1) Besar pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan secara parsial adalah 25,8%
- 2) Besar pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan secara parsial adalah 14,7%
- 3) Besar pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan secara parsial adalah 14,8%.
- 4) Besarnya pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan adalah sebesar 55,3%, Sedangkan sisanya 44,7% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan Harga dengan cara :
 - 1) Hendaknya harga dari Minuman Isotonik Pocarisweat bisa lebih kompetitif dan bersaing.
 - 2) Hendaknya Minuman Isotonik Pocarisweat Semakin murah sehingga harga Minuman Isotonik Pocarisweat bisa menjadi pilihan konsumen
2. Meningkatkan Promosi dengan cara :
 - 1) Hendaknya promosi dari Minuman Isotonik Pocarisweat dengan Isi pesan iklan dapat bersifat jelas, tidak berlebihan dan mudah dipahami.
 - 2) Hendaknya promosi dari Minuman Isotonik Pocarisweat dapat menarik perhatian
3. Meningkatkan Brand Image dengan cara :

- 1) Hendaknya Minuman Isotonik Pocarisweat bisa memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen.
- 2) Hendaknya Minuman Isotonik Pocarisweat memberikan kesan positif kepada konsumen

