

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan merek Seria, baik secara parsial dan simultan, adalah :

- 1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,390 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi  $= 0,001 < 0,050$
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $4,097 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,050$
- 3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,722 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,050$ .
- 4) Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria dapat dibuktikan dengan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $39,631 > 2,72$ ) serta dengan nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,05$ ).

2. Besar pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan merek Seria baik secara parsial dan simultan, adalah :

1) Besar pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria secara parsial adalah 15,4%

2) Besar pengaruh Harga Terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria secara parsial adalah 23,3%

3) Besar pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan konsumen Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria secara parsial adalah 24,3%.

4) Besarnya pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria adalah sebesar 61%. Sedangkan sisanya 39% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan merek Seria maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut.

1. Meningkatkan Kualitas Produk dengan cara :

1) Hendaknya Air mineral Merek Seria di PT.Talang Lindung Sakti dapat di simpan dalam jangka waktu lama

2) Hendaknya Kesesuaian Produk air mineral merek seria dalam kemasan PT.Talang Lindung Sakti sesuai dengan spesifikasi yang di jelaskan.



2. Meningkatkan Harga dengan cara :

- 1) Hendaknya konsumen bisa mendapatkan kualitas produk air mineral yang sangat baik dengan harga yang murah di toko-toko lain
- 2) Hendaknya adanya daya saing dari segi harga yang tidak menimbulkan penurunan minat beli konsumen terhadap produk air mineral seria

3. Meningkatkan Promosi dengan cara :

- 1) Hendaknya Ide promosi air mineral seria yang dilakukan perusahaan sangat kreatif dan inovatif sehingga mudah diterima konsumen
- 2) Hendaknya Keputusan pembelian air mineral seria di K.L. Tang Lindung Sakti bisa dipengaruhi oleh seberapa besarnya promosi yang dilakukan perusahaan.

