BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh merek, kualitass produk dan harga terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Merek (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya atau H_1 diterima H_0 ditolak berdasarkan hasil F_{hitung} sebesar 102.988 > dari F_{tabel} sebesar 26.049 dengan signifikasi < 0.05 yaitu 0.000.
2. Merek (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa hipotesis pertama yang diajukan terbukti benar atau H_1 diterima H_0 ditolak berdasarkan hasil T_{hitung} masing-masing variabel merek (X_1) sebesar 2.026 > t_{tabel} yaitu sebesar 1.97, kualitas produk (X_2) sebesar 9.608 > t_{tabel} yaitu sebesar 1.97 dan harga (X_3) sebesar 5.579 t_{tabel} yaitu sebesar 1.97. Dengan signifikasi masing-masing variabel < 0.05 maka hipotesis pertama terbukti kebenarannya.
3. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya adalah variabel kualitas produk (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 9.608 dan signifikasi < 0.05 yaitu sebesar 0.000.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Adapun hal-hal yang dapat penulis sampaikan sebagai masukan yang bersifat konstruktif terhadap perkembangan Air Minum Dalam Kemasan UINSA Fresh dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh, produsen diharapkan mampu menurunkan harga jual Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh, namun tidak terlepas dari kualitas produk yang diberikan, karena mengingat Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh ini adalah Air Minum yang mewakili kampus UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai ajang promosi. Selain itu, produsen yang dalam hal ini Pusat Pengembangan Bisnis diharapkan untuk menindaklanjuti tentang masa kaduluwarsa UINSA Fresh baik itu kemasan gelas 240 ml maupun kemasan botol 600 ml agar konsumen pun merasa aman apabila ingin mengkonsumsi produk UINSA Fresh. Ke depannya untuk lebih mengenalkan nama kampus UINSA, sebaiknya produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh ini dipromosikan dan didistribusikan di luar kampus sehingga pendapatan yang didapatkan untuk pengembangan kampus akan jauh lebih besar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Apabila ada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat keputusan pembelian maka disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel bebas lain yang berpengaruh dengan keputusan pembelian, seperti lokasi/tempat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id