

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara, dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara, artinya apabila kualitas produk semakin meningkat maka semakin meningkatnya keputusan pembelian.
2. Citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara, artinya apa bila merek semakin terkenal maka akan meningkatnya keputusan pembelian.
3. Secara simultan kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Bekasi jika kualitas produk semakin meningkat dan citra merek semakin terkenal akan meningkatkan keputusan pembelian.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan :
  - a. Teh pucuk harum sebaiknya memproduksi teh dalam kemasan yang memberikan manfaat lebih bagi konsumennya, diantaranya selain dapat menghilangkan dahaga juga menciptakan teh dengan varian lain, misalnya teh hijau yang dapat menurunkan berat badan dan mencegah diabetes.

- b. Agar dapat meningkatkan citra mereknya, sebaiknya teh pucuk harum lebih memperkuat citra produknya melalui slogan yang mudah dihafal dan mudah diingat oleh konsumen, sehingga ketika konsumen membeli teh dalam kemasan ingatan pertama yang ada dibenak konsumen adalah teh pucuk harum.
  - c. Dari segi kualitas produk, teh pucuk harum sebaiknya memberikan promosi-promosi yang menarik bagi pelanggannya, seperti memberikan gift, potongan harga, dan buy 1 get 1, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan teh pucuk harum.
2. Bagi Universitas penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan mengambil mata kuliah Pemasaran, dan universitas dapat menerapkan teori-teori mengenai Kualitas Produk.
  3. Bagi Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel diluar penelitian ini atau minimal menambahkan variabel (Harga, Promosi dan lainnya) agar memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan sebesar 55,7% saja sedangkan sisanya sebesar 44,3% persen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.