

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pengujian hipotesis tentang analisis faktor faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian Aqua oleh konsumen di Bekasi kota maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. variabel Harga berpengaruh secara parsial, yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan semakin baik harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Dapat disimpulkan bahwa t hitung 2.590 lebih besar dari t tabel 1.984. artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau hipotesis pertama terbukti dan diterima.
2. Variable Kualitas Produk berpengaruh secara parsial, yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 2,402 lebih besar dari t tabel 1.984. artinya Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau hipotesis ke dua terbukti dan diterima.
3. variable Perilaku Konsumen tidak berpengaruh secara parsial, yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 1,257 lebih kecil dari t tabel 1.984. artinya Perilaku Konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau hipotesis ketiga terbukti dan ditolak.
4. Dari variable Harga, Kualitas Produk dan Perilaku Konsumen ini menunjukkan bahwa Harga (X1) merupakan yang paling dominan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Karena Harga Aqua menjamin kualitas produk yang bagus dan steril di bandingkan produk yang lain.

4.2 IMPLIKASI MANAJERIAL

Pada penelitian ini berguna sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian maka implikasi manajerial yang di ajukan pada penelitian sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada perusahaan PT AQUA Golden Mississippi untuk mempertahankan keunggulan produk produk Aqua sehingga minat konsumen selalu bertambah.
2. Diharapkan perusahaan harus selalu meningkatkan mutu baik dari kualitas produk dan harga yang kompetitif secara optimal untuk mempertahankan posisi perusahaan Aqua di pasar dan untuk meningkatkan persaingan.
3. Semoga produk produk Aqua selalu menjadi pilihan yang utama bagi konsumen, melihat banyaknya persaingan di dunia perindustrian produk air mineral.

