

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil penulisan dan pembahasan mengenai Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y), maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. kualitas Produk berdampak positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian.
3. Citra Merek dan kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan serempak pada Keputusan Pembelian.

5.2 Keterbatasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1. Lokasi dan Populasi Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Bekasi dengan sampel yang diambil dari kecamatan Medan Satria. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk daerah lain yang memiliki karakteristik konsumen yang berbeda.

2. Variabel yang Digunakan

Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel independen, yaitu citra merek dan kualitas produk, terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum.

Padahal, masih terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, dan loyalitas merek, yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

3. Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, sehingga responden yang terlibat dalam penelitian ini mungkin belum sepenuhnya mewakili keseluruhan populasi konsumen Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi.

4. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini mengandalkan kuesioner sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data, yang dapat menyebabkan bias responden, seperti jawaban yang kurang objektif atau kesalahan dalam memahami pertanyaan.

5. Batasan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sehingga tidak mampu menangkap perubahan perilaku konsumen dalam jangka waktu yang lebih panjang, terutama dalam menanggapi perubahan tren pasar atau strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan.

Keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan wilayah, menambah variabel penelitian, serta menggunakan metode pengambilan sampel yang lebih representatif agar hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

5.3 Saran

Penulisan yang berjudul "Citra Merek dan kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi" ini mengakui adanya beberapa keterbatasan. Namun, diharapkan hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan terkait, antara lain:

1. Bagi perusahaan:
 - a. Selain sebagai pelepas dahaga, Teh Pucuk Harum harus menyediakan teh dalam kemasan yang memberikan manfaat tambahan bagi para penggunanya, seperti teh hijau yang membantu menurunkan berat badan dan mencegah diabetes.
 - b. Untuk meningkatkan citra mereknya, Teh Pucuk Harum dapat memperkuat pencitraan mereknya dengan frasa yang mudah diingat, sehingga pelanggan langsung teringat pada Teh Pucuk Harum saat membeli teh dalam kemasan.
 - c. Terkait kualitas produk, Teh Pucuk Harum perlu menerapkan promosi yang menarik bagi para pelanggannya, seperti hadiah, diskon, dan penawaran beli satu gratis satu, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Teh Pucuk Harum.
2. Penulisan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah Pemasaran dan membantu lembaga dalam menerapkan ide-ide yang terkait dengan kualitas Produk.
3. Penulisan selanjutnya bertujuan untuk memasukkan lebih banyak faktor, seperti Harga dan Promosi, untuk meningkatkan hasil.