

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan:

1. Pada penelitian ini, dari ke tiga variabel yang terdapat di dalam bauran pemasaran yaitu variabel produk, harga dan distribusi yang mempengaruhi konsumen frestea dalam mengambil keputusan membeli produk minuman frestea secara signifikan adalah produk dan harga, dimana variabel ini mempunyai nilai signifikansi  $<0,05$  yaitu 0,003 (produk), sedangkan 0,000 (harga) ini berarti produk mempunyai daya tarik tersendiri seperti rasa dari frestea itu sendiri lebih segar, dari segi kemasan produk frestea itu sendiri terjamin higienitasnya, dan memiliki aroma yang lebih wangi dibandingkan produk lain. Sedangkan harga dari frestea itu sendiri terjangkau bagi konsumen. Hal inilah yang menyebabkan konsumen frestea dapat memutuskan untuk membeli minuman frestea.
2. variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yaitu variabel produk ( $x_1$ ), dan variabel harga ( $x_2$ ), dapat dijelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 93,1% (lihat tabel 4.17) sedangkan sisanya sebesar 6,9% adalah bahwa variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Sedangkan variabel distribusi tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga variabel tersebut tidak menjadi variabel yang penting untuk dipertimbangkan dalam keputusan pembelian frestea di Palembang.

## **B. Saran**

1. Perusahaan yang memproduksi minuman frestea harus tetap mempertahankan kualitas rasanya dan higienitasnya sehingga konsumen setia terhadap minuman frestea. Jika perusahaan tersebut bisa meningkatkan kualitas rasa dan harganya maka dapat meningkatkan tingkat pembelian untuk membeli minuman frestea.
2. Harga dan produk yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli minuman frestea. Hal itulah yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan membeli minuman frestea. Oleh karena itu, perusahaan yang memproduksi minuman frestea harus tetap mempertahankan atau meningkatkan kualitas produknya dengan harga yang terjangkau oleh konsumen di Palembang.
3. Variabel distribusi memang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Walaupun begitu, hal ini jangan diabaikan karena melalui distributor, dan ritel minuman frestea dapat didistribusikan ke konsumen. Perusahaan Frestea sebaiknya lebih memotivasi anggota saluran dengan cara memberikan barang promosi yang dapat berbentuk : baju kaos merek frestea, jam dinding, payung dan pena. Selain itu diberikan juga kepada anggota saluran komisi yang lebih besar dari sebelumnya.