

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah Kualitas produk, Harga, Promosi, dan Tempat dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Winro pada Depot Asqua Kota Prabumulih. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), secara parsial Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), secara parsial Promosi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan secara parsial Tempat (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan Winro pada Depot Asqua Kota Prabumulih.
2. Secara simultan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Tempat (X4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan Winro Pada Depot Asqua Kota Prabumulih.
3. Nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,895. Hal ini berarti ada presentase sumbangan Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Tempat (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan Winro Pada Depot Asqua Kota Prabumulih yaitu sebesar 89,5% sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel

yang dimasukkan dalam model penelitian ini seperti *People* (manusia), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik). (Kotler Keller, edisi 14)

6.2. Saran

Adapun saran yang diberikan peneliti setelah melakukan sebuah penelitian, dapat dijadikan pertimbangan bagi Depot Asqua dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek “Winro” Di Kota Prabumulih sehingga peningkatan penjualan bisa tercapai:

1. Lakukan evaluasi terhadap persepsi kualitas produk , Depot Asqua perlu memperhatikan kebersihan galon, rasa air, dan kemasan. Survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan untuk mengetahui elemen mana yang dianggap kurang dan menurunkan minat beli.
2. Pertahankan dan tingkatkan strategi harga bersaing, karena harga terbukti mempengaruhi pembelian, Depot Asqua perlu memantau harga pasar, dan sesekali menawarkan harga promosi agar tetap menarik di mata konsumen.
3. Penguatan kegiatan promosi yang dilkauakn asecara aktif dan tepat sasaran terbukti efektif meningkatkan minat beli konsumen. Depot Asqua dapat memanfaatkan media sosisal dan diskon berkala untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
4. Tempat yang mudah diakses dan strategis sangat berpengaruh erhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting bagi Depot Asqua untuk menjaga kenyamanan lokasi, kebersihan,dan ketersediaan fasilitas pendukung seperti area parkir, layanan

antar, serta kemudahan pemesanan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain untuk mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain bauran pemasaran 4P, seperti kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan citra merek.

2. Peneliti selanjutnya yang juga meneliti tentang kualitas produk dan harga dapat menggunakan indikator lain sehingga informasi yang diperoleh lebih dapat bervariasi dan lebih baik lagi.