

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek, persepsi harga, promosi, kemasan produk dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik citra merek maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
3. Kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik kemasan produk maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
4. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik persepsi harga maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
5. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin meningkat kegiatan promosi yang dilakukan keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

6. Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik distribusi maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat

A. Saran

1. Pihak pengelola Jogja Scrummy Yogyakarta hendaknya memperhatikan variabel-variabel citra merek, kemasan produk, persepsi harga, promosi, dan distribusi karena faktor-faktor tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian yang akan datang perlu menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian agar diperoleh nilai koefisien determinasi yang lebih tinggi, seperti: dimensi-dimensi pada variabel harga, promosi, dan distribusi.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel konsumen/pelanggan Jogja Scrummy di Yogyakarta sehingga tingkat generalisasi hasil penelitian ini masih rendah.
2. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian diteliti hanya citra merek, persepsi harga, promosi, kemasan produk dan distribusi sehingga nilai koefisien determinasi yang diperoleh hanya sebesar 62,6%.