

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Minuman Berkarbonasi Dalam Kemasan Merek Coca-Cola Di Kota Yogyakarta.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Minuman Berkarbonasi Dalam Kemasan Merek Coca-Cola Di Kota Yogyakarta.
3. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Minuman Berkarbonasi Dalam Kemasan Merek Coca-Cola Di Kota Yogyakarta.
4. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Minuman Berkarbonasi Dalam Kemasan Merek Coca-Cola Di Kota Yogyakarta.
5. Keputusan Pembelian berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Minuman Berkarbonasi Dalam Kemasan Merek Coca-Cola Di Kota Yogyakarta.
6. Perbandingan citra merek terhadap loyalitas dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Diketahui bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibanding pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung citra merek melalui keputusan pembelian mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

7. Perbandingan kualitas produk terhadap loyalitas dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Diketahui bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibanding pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas produk melalui keputusan pembelian mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis mengalami beberapa kendala di antaranya adalah penulis memiliki keterbatasan waktu dalam mengumpulkan data, dalam penelitian ini Peneliti hanya meneliti mengenai produk sedangkan masih banyak yang bisa di kembangkan dalam penelitian ini seperti marketing mix, hahal produk, Dll.

## **C. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ide-ide bagi perusahaan agar dapat mengembangkan lagi produknya.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.
- b. Dapat menambahkan variabel lain agar penelitian ini mendapatkan hasil yang lebih akurat.