

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Tirta Jati di Kabupaten Cirebon Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $4,638 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $0,488 < 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,627 > 0,05$.
3. Promosi secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $1,901 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,060 > 0,05$.
4. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung sebesar $4,370 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
5. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung sebesar $2,739 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$.
6. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan t hitung sebesar $4,1660 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
7. Minat beli secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung sebesar $3,562 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
8. Minat beli mampu memediasi harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji sobel yang dilihat dari nilai P-value sebesar $0.00589731 < 0,05$.

9. Minat beli mampu memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji sobel yang dilihat dari nilai P-value sebesar $0.03060774 < 0,05$.
10. Minat beli mampu memediasi promosi terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji sobel yang dilihat dari nilai P-value sebesar $0.00688904 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat diberikan sebagai masukan baik untuk perusahaan air minum Tirta Jati maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan air minum tirta jati, disarankan dapat meningkatkan kualitas produk air minumnya agar konsumen dapat menilai bahwasannya kualitas produk air minum Tirta Jati sudah lebih baik dari sebelumnya, Semakin tinggi minat beli konsumen, semakin besar kemungkinan mereka membeli air minum merek Tirta Jati. Selain kualitas produk, perusahaan air minum tirta jati juga harus mempertimbangkan strategi untuk melakukan promosi agar promosi dilakukan bukan hanya pada saat acara event saja, tetapi acara-acara yang lainnya juga seperti setelah melakukan pembelian mendapatkan bonus agar sasarannya dapat dijangkau secara luas, dan promosi dapat memiliki nilai tambah terhadap keputusan pembelian.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambahkan variabel lain seperti *brand image*, *brand awareness electronic word of mouth (e-WoM)*, dan kepercayaan konsumen yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen.