

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan tentang “Pengaruh Harga, Cita Rasa, Distribusi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi pada Generasi Y dan Z di Kota Surabaya)” maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu :

1. Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya jika semakin murah harga yang ditawarkan ke konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil ini berarti perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan harga produk menyesuaikan keinginan konsumen yang merefleksikan indikator sejauh mana keterjangkauan harga menyesuaikan daya beli konsumen, daya saing harga dibanding produk pesaing, kesesuaian harga terhadap kualitas produk serta manfaat yang diperoleh konsumen.
2. Variabel Cita Rasa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika semakin meningkatnya cita rasa sesuai dengan harapan konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil ini berarti perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan cita rasa produk menyesuaikan keinginan konsumen yang merefleksikan indikator sejauh mana bau / aroma teh, rasa minuman teh ketika dikonsumsi, tekstur minuman teh ketika dikonsumsi nyaman di mulut dan tenggorokan dan penyajian pada kondisi suhu tertentu bagi konsumen lebih terasa nikmat.
3. Variabel distribusi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika distribusi ditingkatkan, maka keputusan pembelian menurun. Sebaliknya jika distribusi dikurangi, maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal tersebut dapat diakibatkan dengan distribusi yang cukup luas, kemudahan mendapatkan produk, dan stok dipasaran dalam jumlah banyak membuat konsumen merasa bosan dengan teh pucuk harum. Sebaliknya jika distribusi dikurangi, sehingga stok di pasaran menjadi lebih langka daripada saat ini dan lebih sulit didapatkan maka konsumen tidak terlalu bosan dan bisa justru mencari produk teh kemasan yang selama ini mereka sukai. Berdasarkan observasi peneliti di lokasi penelitian, teh

pucuk harum mudah dijumpai di berbagai gerai penjualan seperti toko kelontong, minimarket, dan swalayan/mall. Juga jarang terjadi kelangkaan atau kesulitan konsumen untuk mendapatkan teh pucuk harum di gerai penjualan. Sehingga ketika distribusi semakin ditingkatkan lagi oleh perusahaan pada gerai penjualan di Kota Surabaya, maka konsumen akan cenderung bosan dan menurunkan potensi keputusan pembelian.

4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya jika semakin meningkatnya kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil ini berarti perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk menyesuaikan keinginan konsumen yang merefleksikan indikator sejauh mana ke higienisan produk, produk memiliki daya tahan yang baik sebelum mencapai masa kadaluarsa, berat isi minuman yang sesuai standart, dan warna produk menarik sesuai standart teh sesuai harapan dari konsumen.
5. Variabel Harga, Cita Rasa, Distribusi, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan pada Uji F mendapatkan skor 33,283 lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,46 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga kemampuan keempat variabel bebas secara bersamaan dalam mempengaruhi variabel terikat adalah sebesar 56,6 %. dan sisanya sebesar 43,4 % dapat dijelaskan melalui variabel diluar penelitian ini.
6. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk mendapatkan skor tertinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang dibuktikan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,533. Lebih tinggi dari koefisien regresi variabel harga sebesar 0,161, variabel cita rasa sebesar 0,196 dan variabel distribusi sebesar -0,341.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan Mayora selaku produsen teh pucuk harum. Adapun saran yang diberikan antara lain :

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Produk mempengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk Harum pada Generasi Y dan Z, maka saran untuk perusahaan yaitu agar dapat menjaga dan mengembangkan dari segi harga, cita rasa, dan kualitas produk sesuai harapan konsumen Generasi Y dan Z seperti menjaga agar harga produk tetap terjangkau bagi konsumen yang saat ini berkisar antara Rp. 3.000 – Rp. 4.000 per botol (berat isi 350 ml), menawarkan inovasi rasa teh dengan beragam macam sesuai *taste* yang diinginkan konsumen dan tetap mempertahankan varian rasa *less sugar* karena konsumen menginginkan minuman yang rendah gula dan menyehatkan. Mutu produk yang tetap dipertahankan sehingga konsumen dapat merasakan kualitas teh pucuk harum yaitu seperti produk tetap terjaga sampai masa kadaluarsa, tetap higienis hingga ke tangan konsumen, berat isi dan warna teh sesuai standart. Hal ini bertujuan agar konsumen semakin tertarik dalam memutuskan pembelian teh pucuk harum.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti citra merek, promosi, *celebrity endorser*, kemasan. *delivery product* pada Generasi Y dan Z pada industri minuman siap saji. Karena semakin tinggi keputusan pembelian konsumen dapat berpengaruh baik untuk kinerja perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online, sehingga jawaban responden terkadang cukup subjektif, terdapat opsi lain untuk pengumpulan data melalui wawancara sehingga didapatkan data jawaban yang lebih komprehensif dan mendalam karena dapat menggali preferensi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan juga terbatas pada faktor kejujuran pada masing masing responden ketika menjawab kuesioner.
2. Responden pada penelitian ini adalah 100 orang, tentunya dapat dikembangkan pada jumlah responden yang lebih besar sehingga bisa lebih baik dalam menjelaskan kondisi populasi yang sebenarnya.