

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner mengenai *Healthy Lifestyle*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Healthy Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *healthy lifestyle* seseorang maka semakin tinggi juga Keputusan Pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai antara harga, kualitas dan manfaat yang diperoleh maka akan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua konsumen memperhatikan kualitas

produk dalam melakukan Keputusan Pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen.

4. Variabel *Healthy Lifestyle*, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *Le Minerale*.

## 5.2. Keterbatasan

Penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas pada variabel *healthy lifestyle*, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Disarankan penelitian selanjutnya, untuk menambahkan variabel - variabel lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga sangat memungkinkan data yang diperoleh bersifat subjektif. Alangkah lebih baik lagi, bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Kebumen dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan sebagai hasil penelitian yang dapat mewakili seluruh konsumen *Le Minerale* yang ada di Kabupaten Kebumen.

### 5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa implikasi yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis. Berikut dijelaskan implikasi dalam penelitian ini yaitu :

#### 5.3.1. Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *healthy lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *healthy lifestyle* seseorang maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Pada variabel *healthy lifestyle* terdapat indikator kegiatan (*activities*), yang mana perusahaan *Le Minerale* harus mempertahankan gaya hidup sehat yang dilakukan konsumen dengan selalu mengonsumsi *Le Minerale* untuk menunjang aktivitas sehari – hari baik di rumah maupun di luar rumah. Selain itu, terdapat indikator opini (*opinion*), maka perusahaan dapat terus mempertahankan opini konsumen yang menganggap bahwa dengan mengonsumsi *Le Minerale* membuat konsumen merasa lebih sehat dan lebih aman saat mengonsumsi air minum tersebut. Salah satu cara yang bisa digunakan untuk mempertahankan opini konsumen tersebut adalah dengan mengadakan iklan di tv atau media sosial, serta mengadakan kampanye kepada masyarakat agar terus

mengonsumsi air minum yang cukup, memakan makanan yang bergizi seimbang dan diimbangi dengan melakukan olahraga yang teratur, dengan begitu maka gaya hidup sehat (*healthy lifestyle*) dapat dijalankan dengan baik.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin sesuai antara harga dan manfaat yang diperoleh maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Harga memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian, hal tersebut karena harga produk *Le Minerale* sudah baik dan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang didapat oleh konsumen. Sebaiknya *Le Minerale* meningkatkan kualitas produknya sesuai dengan harga agar konsumen tidak terpengaruh harga produk dari pesaing, serta melakukan evaluasi dan pembenahan untuk memperbaiki apa saja yang dirasa masih kurang dari produk *Le Minerale*. Hal tersebut akan dirasakan oleh konsumen secara tidak langsung dan akan membuat konsumen lebih yakin untuk membeli produk *Le Minerale*.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Oleh

sebab itu, perusahaan harus selalu menjaga dan meningkatkan kualitas dari produk *Le Minerale* dengan cara menjaga kualitas mata air yang akan dijadikan air minum, menjaga proses pengemasan air minum agar tetap *higienis*, membuat desain kemasan yang menarik, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen produk *Le Minerale*.

### **5.3.2. Implikasi Teoritis**

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Healthy Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *healthy lifestyle* seseorang maka akan semakin tinggi pula keputusan pembeliannya. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dilakukan oleh Zahra, *et al.* (2016) yang mengungkapkan bahwa gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sesuai harga dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembeliannya. Penelitian ini sejalan dengan teori yang

dilakukan oleh Dita Alamanda Putri, *et. al* (2021) dan Anggraeni Pratama Indrianto (2021) yang mengungkapkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk tidak selalu dijadikan dasar pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian karena adanya konsumen yang membeli produk *Le Minerale*, tetapi tidak begitu memperhatikan kualitas produknya. Sebab, mereka memiliki persepsi bahwa kualitas produk *Le Minerale* sudah baik. Selain itu, konsumen juga percaya bahwa kualitas produk *Le Minerale* sama seperti semua Air Minum Dalam Kemasan yang diproduksi oleh pabrik - pabrik besar, sehingga kualitas produk tidak begitu dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian pada produk *Le Minerale*. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Fetrisen dan Nazaruddin Aziz (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.