

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian produk sampoerna A mild di Kebumen, dengan jumlah responden 100 orang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Produk Sampoerna A Mil di Kebumen. Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dapat mempengaruhi Keputusan pembelian, selain itu naik dan turunnya harga juga akan berdampak terhadap Keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Semakin baik citra merek dari Perusahaan akan semakin tinggi juga tingkat Keputusan pembelian konsumen, semakin buruk citra merek Perusahaan akan semakin rendah Keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Semakin baik kualitas yang ditawarkan oleh Perusahaan akan semakin tinggi tingkat Keputusan pembelian, semakin buruk kualitas yang ditawarkan akan semakin rendah Keputusan pembelian
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian sebesar 52,1%

sedangkan 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan diantaranya yaitu:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang, sehingga hasil dalam penelitian ini belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subjek dalam jumlah yang besar.
2. Pengisian kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *google form* yang di bagikan kepada responden yang terpilih sesuai kriteria kemudian dibagikan melalui *whatsapp* yang membuat jawaban responden terkadang tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
3. Penelitian ini dilakukan di kabupaten kebumen dengan jumlah kecamatan sebanyak 26. Akan tetapi dalam penelitian ini masih terdapat 3 kecamatan yang belum menjadi perwakilan responden hal ini dikarenakan sudah terpenuhinya jumlah responden yang ditentukan.

5.3 Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan dua implikasi, yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan informasi bagi pihak manajemen PT. HM Sampoerna dalam mengatur strategi pemasarannya menjadi lebih baik dan semakin berkembang.

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Sampoerna A Mild, oleh karena itu variabel harga perlu diperhatikan oleh Perusahaan dalam menentukan harga produknya. Karena harga merupakan bagian dari pemasaran dalam menentukan strategi pemasaran. Salah satunya dengan tetap menjaga kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk.
- b. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Sampoerna A Mild. Oleh karena itu Perusahaan harus tetap memperhatikan citra Perusahaan yang telah di bangun lama. Salah satunya dengan cara membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui CSR maupun program lainnya.
- c. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Sampoerna A Mild. Oleh karena itu kualitas harus diperhatikan oleh Perusahaan, karena semakin tinggi kualitas semakin tinggi tingkat Keputusan pembelian, Perusahaan harus mampu menjaga kualitas saat ini, salah satunya dengan selalu memperhatikan bahan dasar, proses pembuatan hingga sampai kepada konsumen serta informasi mengenai *expired* cukai. Hal ini dapat menjaga kualitas produk.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai gagasan pengetahuan mengenai keputusan pembelian berdasarkan aspek harga, citra merek, dan kualitas produk, serta dapat digunakan sebagai wawasan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1. Penelitian ini telah membuktikan bahwa keputusan pembelian berhubungan dengan perilaku konsumen yang merujuk pada bagaimana konsumen secara individu membuat keputusan pembelian dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia dan kemudian ditukar dengan barang atau jasa untuk dirasakan manfaatnya. Faktor yang berhubungan dengan Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah harga, citra merek dan kualitas produk.
2. Harga merupakan salah satu faktor utama yang dievaluasi oleh konsumen saat membuat Keputusan pembelian. Harga ialah elemen bauran pemasaran yang memberikan keuntungan dan menghasilkan biaya. Harga dapat mengkomunikasikan positioning nilai perusahaan berdasarkan produk atau mereknya. Harga yang terjangkau dapat mendorong pembelian, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menghambatnya (Kotler dan Keller, 2021). Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Magdalena dan Diva (2023), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Ketika konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap suatu merek, mereka cenderung memilih produk atau jasa merek tersebut

dibandingkan merek pesaing. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler, 2012). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani dan Gustini (2023), menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Kualitas produk merupakan faktor yang paling sering diperhatikan konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan (Kotler dan Keller, 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-haddad dan Ernawati (2021), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

