

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk (Studi Kasus Pada Pelanggan UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen menunjukkan bahwa:

1. Hipotesis pertama ditolak, artinya Desain Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Pada Pelanggan UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban.
2. Hipotesis kedua diterima, artinya *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Pada Pelanggan UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban.
3. Hipotesis ketiga diterima, artinya Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Pada Pelanggan UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban.
4. Hipotesis keempat diterima, artinya desain produk, brand image dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Pada Pelanggan UD. Marpaung Desa Kebun Sayur Kec. Sei Bamban.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Perusahaan disarankan melakukan evaluasi terhadap *Brand Image* seperti mengembangkan kepraktisan minuman mulai dari varian rasa yang lebih banyak agar tidak terlihat konvensional, ukuran yang lebih mudah untuk dibawa, dan penyebaran produk yang lebih luas agar mudah didapatkan konsumen, sehingga konsumen memperoleh produk teh pucuk yang enak sesuai dengan keinginannya dan mudah didapatkan dimana saja. Sehingga dapat lebih meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
2. Perusahaan disarankan melakukan evaluasi Gaya Hidup secara terus menerus seperti menyesuaikan kebutuhan yang sesuai dengan konsumen, mengembangkan keunggulan produk dan juga menyesuaikan *trandy* minuman yang cocok dengan konsumen saat ini sehingga dapat lebih meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
3. Ud. Marpaung disarankan mempertahankan dan terus menjual teh pucuk karena banyak orang-orang muda berenergi yang menyukai rasa teh pucuk dan mengkonsumsinya setelah melakukan aktivitas-aktivitas yang melelahkan. Sehingga dapat lebih meningkatkan keuntungan penjualan.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel dan indikator lain guna mengembangkan penelitian serta variable yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.