

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Aqua, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskripsi citra merek yang dimiliki oleh Aqua bisa dikatakan baik karena responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 72.82%. Mayoritas responden setuju bahwa Aqua memiliki keunggulan produk seperti kualitas dan manfaat yang baik bagi tubuh, kekuatan merek seperti iklan dan promosi yang berbeda dengan produk air mineral lainnya, keunikan merek seperti memiliki perbedaan dengan produk sejenis lainnya. Sedangkan terdapat indikator yang memiliki persentase tidak setuju dan sangat tidak setuju paling tinggi sebesar 8,42% pada indikator manfaat produk dengan pernyataan “Saya selalu meminum Aqua ketika tubuh saya kekurangan cairan”.
2. Keputusan pembelian produk Aqua berdasarkan analisis deskriptif dapat dikatakan baik juga karena responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 60,04%. Mayoritas responden setuju bahwa informasi tentang Aqua mudah diperoleh, responden memiliki keyakinan saat akan membeli produk Aqua, dan juga mendapatkan kepuasan setelah mencoba

dan akan melakukan pembelian ulang produk Aqua, serta responden juga akan merekomendasikan produk Aqua kepada para teman dan kerabat mereka. Sedangkan terdapat indikator yang memiliki persentase tidak setuju dan sangat tidak setuju paling tinggi sebesar 22,63% pada indikator rekomendasi dari orang lain dengan pernyataan “Saya mendapat rekomendasi produk Aqua dari keluarga”.

3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Aqua. Karena berdasarkan uji hipotesis nilai signifikannya 0,000 dan berdasarkan koefisien determinasi pengaruhnya sebesar 38,7% sedangkan sisanya 61,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dapat diteliti oleh Karya Ilmiah ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti antara lain :

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya disarankan jika ingin melakukan penelitian sejenis, menggunakan variabel independent lainnya selain citra merek, peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel independen lainnya yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti kualitas produk dan persepsi harga.

## 2. Untuk Aqua

Citra merek yang dimiliki perusahaan sudah bagus, untuk kedepannya diharapkan dapat meningkatkan citra yang telah dimiliki oleh Aqua. Karena semakin banyaknya perusahaan AMDK yang bermunculan diharapkan Aqua agar dapat lebih berinovasi lagi, agar penjualan Aqua dapat lebih meningkat lagi dan tidak kalah dalam persaingan dengan merek-merek baru.