

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian teh botol sosro yang telah di bahas serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan pada koefisien regresi harga sebesar 0,116 dan nilai signifikan sebesar 0,371 dan nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,660$ , sehingga dapat diketahui  $t_{\text{hitung}} 898 < t_{\text{tabel}} 1,660$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan pada koefisien regresi citra merek sebesar 0,355 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,660$ , sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{\text{hitung}} 5,024 > t_{\text{tabel}} 1,660$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan pada koefisien regresi harga sebesar -0,019 dan signifikan sebesar 0,854 dan nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,660$ , sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{\text{hitung}} -,184 < t_{\text{tabel}} 1,660$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

4. Harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $f_{hitung}$  adalah 8,515 dan  $f_{tabel}$  sebesar 3,09, dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $8,515 > 3,09$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan kepada perusahaan Teh Boto Sosro yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar dapat meningkatkan keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Kecamatan Duku Helintang Kabupaten Pasaman Barat.
  - b. Dalam rangka untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah konsumen Teh Botol Sosro selalu mempertimbangkan harga, citra merek dan kualitas produk karena setiap konsumen selalu membandingkan apa yang telah konsumen peroleh dari sebuah produk yang konsumen gunakan selalu membandingkannya dengan perusahaan lain yang sama-sama memberikan kualitas yang baik.
  - c. Selain mempertimbangkan harga, citra merek dan kualitas produk. Konsumen juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain,

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

karena masih banyak faktor-faktor lain yang dapat memberikan keputusan pembelian kepada konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian agar memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian karena masih banyak faktor-faktor lain diluar harga, citra merek dan kualitas produk.



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**