

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli Chatime di Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Dari indikator-indikator pernyataan yang diberikan kepada responden, hasil yang paling kuat adalah pernyataan produk Chatime adalah minuman *bubble drink* dengan hasil pernyataan responden memilih sangat setuju sebanyak 61 orang (61%), sedangkan menurut responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan pesan iklan Chatime di media televisi sangat jelas dan menarik sebesar 24 orang (24%).
2. Berdasarkan pengujian secara simultan, hasil pengaruh positif variabel kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli sebesar 43,7%.
3. Hasil pengujian secara parsial, hasil pengaruh positif terbesar terhadap minat beli adalah variabel iklan sebesar 35,40%.
4. Hasil pengujian secara parsial, hasil pengaruh positif kedua diikuti oleh variabel kualitas produk sebesar 25,30%.
5. Hasil pengujian secara parsial, hasil pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli adalah variabel harga sebesar 19,38%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

Bagi perusahaan

- a. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk. Misalnya dengan melakukan inovasi model Chatime atau memberi aksesoris tambahan dengan tampilan yang sesuai dan segera melakukan pengecekan jika terdapat *bubble drink* yang cacat atau tidak sempurna.
- b. Perusahaan harus meningkatkan *image* Chatime. Walaupun Chatime harganya terjangkau, tetapi bukan *bubble drink* murahan, sehingga harga jual di pasar tetap terjaga. Hal ini berkaitan dengan asumsi pasar mengenai harga purnajual *bubble drink* di pasar. Selain itu kerjasama dengan lembaga pembiayaan dengan memberikan diskon pada saat *event-event* tertentu akan sangat diperlukan.
- c. Sebaiknya pihak perusahaan gencar melakukan iklan melalui media televisi, karena dengan media televisi calon konsumen dapat melihat produk dan keunggulannya. Dan untuk mendongkrak penjualan semua varian Chatime, hendaknya perusahaan mengiklankan semua varian Chatime.