

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Secara keseluruhan tanggapan atau persepsi konsumen mengenai Persepsi Harga NU Green Tea dan Minat Beli terbilang baik, hal ini dapat dilihat dari setiap jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju dari setiap pertanyaan yang diajukan.
2. Minat beli konsumen terhadap produk NU Green Tea pun cukup baik dimana setiap jawaban pada aspek minat beli yang diolah dari data kuisisioner kecenderungannya menjawab setuju.
3. Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk NU Green Tea adalah sebanyak 17,7%.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat membantu pihak perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan lagi minat beli konsumen. Adapun saran-saran tersebut adalah :

1. NU Green Tea dapat meningkatkan kegiatan promosi seperti : iklan, katalog khusus untuk lebih memperkenalkan produk mereka

2. NU Green Tea dapat membuat acara atau *event-event* tertentu dengan tema yang unik untuk meningkatkan promosi dan membangun *Brand Imagenya*.
3. NU Green Tea perlu meningkatkan inovasi produk dan kreatifitas untuk menghasilkan varian baru atau kandungan bahan baru seperti tambahan mentol yang lebih khas sehingga akan tampak lebih berbeda dari produk minuman lainnya.
4. NU Green Tea juga harus tetap dengan strategi harga rendah, baik itu dari segi promosi, pemasaran, dan desain produk, namun dengan kualitas yang terus ditingkatkan. Sehingga kedepannya konsumen lebih tertarik untuk membeli produk *Absolute Drink* karena *imagenya* bukan karena faktor-faktor lain.