

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.
2. Persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.
3. Asosiasi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.
4. Loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag..
5. Kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Keputusan Pembelian pada produk susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag disarankan oleh peneliti sebagai berikut :`

1. Melihat dari variable kesadaran merek yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka perusahaan harus meningkatkan faktor tersebut agar dapat diterima baik oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada produk susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.
2. Untuk variable loyalitas merek yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka perusahaan harus fokus terhadap faktor

tersebut untuk dapat ditingkatkan lagi promosinya agar konsumen mau memilih dan membeli produk susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.

3. Bila dilihat dari variable persepsi kualitas dan asosiasi merek terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu perusahaan harus mempertahankan faktor tersebut untuk lebih menjaga kualitas produk tersebut terhadap keputusan pembelian susu cair UHT (*Ultra High Temperature*) Frisian Flag.