

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral merek Le Minerale di Kabupaten Gunungkidul, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) Air Mineral merek Le Minerale di Kabupaten Gunungkidul.
2. Harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) Air Mineral merek Le Minerale di Kabupaten Gunungkidul.
3. Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) Air Mineral merek Le Minerale di Kabupaten Gunungkidul.

#### B. Saran

1. Bagi Perusahaan

PT Tirta Fresindo Jaya sebaiknya meningkatkan kualitas produknya dengan menambah manfaat yang diberikan oleh produk air mineral merek Le Minerale.
2. Bagi Peneliti selanjutnya
  - a. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dengan menambah variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini seperti promosi, perilaku konsumen, *green marketing* dan *environmental awareness* dan

lain-lain serta memuat lebih banyak referensi agar hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.