

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *brand trust*, kualitas produk dan *life style* terhadap Keputusan pembelian air minum dalam kemasan galon merek Aqua (Studi kasus pada masyarakat pengguna air minum dalam kemasan galon merek Aqua di Kota Madiun), dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. dengan adanya citra merek yang sudah dikenal sejak lama, membuat produk air minum dalam kemasan terutama galon sudah melekat dalam benak masyarakat luas.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Aqua selalu meningkatkan kualitas produknya melalui berbagai cara salah satunya dengan konsisten dalam kebersihan dan kekuatan dari galon Aqua yang sekali pakai namun tetap higienis.
3. *Life Style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. di era modern saat ini banyak kalangan masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat salah satunya dengan cara mengkonsumsi air minum dalam kemasan galon yang sudah terpercaya, selain itu gaya hidup mewah juga mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi sesuatu yang tergolong mahal.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi dari Kepercayaan Merek (*Brand Trust*)

Implikasi dari kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap keputusan pembelian produk galon Aqua di Kota Madiun menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan loyalitas dan preferensi merek. Konsumen yang telah meyakini bahwa merek Aqua memiliki standar kualitas yang konsisten, higienis, aman dikonsumsi, dan terpercaya dalam distribusinya, cenderung lebih stabil dalam melakukan pembelian ulang tanpa mempertimbangkan merek lain meskipun terdapat pilihan dengan harga lebih murah. Kepercayaan ini terbentuk dari citra merek yang kuat, pengalaman penggunaan jangka panjang, serta reputasi positif di masyarakat. Oleh karena itu, menjaga dan memperkuat *brand trust* merupakan strategi kunci yang dapat memastikan keberlanjutan keputusan pembelian di tengah kompetisi pasar air minum dalam kemasan yang semakin ketat, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Madiun.

2. Implikasi dari Kualitas Produk

Implikasi dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian galon Aqua di Kota Madiun menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap mutu air, keamanan kemasan, serta standar higienitas sangat menentukan pilihan mereka dalam membeli. Produk dengan kualitas yang terjaga secara konsisten, seperti rasa air yang segar, tidak berbau, serta kemasan galon yang bersih dan kuat, memberikan rasa aman bagi konsumen dalam

konsumsi jangka panjang. Di tengah maraknya produk air minum dalam kemasan dari berbagai merek, kualitas produk menjadi pembeda utama yang membentuk loyalitas konsumen terhadap merek Aqua. Kualitas yang unggul tidak hanya mendorong keputusan pembelian pertama, tetapi juga mempertahankan keputusan pembelian ulang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk merupakan faktor krusial bagi keberhasilan pemasaran dan dominasi merek di pasar lokal seperti Kota Madiun.

3. Implikasi dari *Lifestyle*

Implikasi dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk galon Aqua di Kota Madiun mencerminkan bahwa konsumen dengan pola hidup modern dan sehat cenderung lebih selektif dalam memilih produk air minum yang berkualitas dan terpercaya. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kebersihan, kesehatan, dan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadikan galon Aqua sebagai pilihan utama. Masyarakat perkotaan seperti Kota Madiun yang memiliki mobilitas tinggi membutuhkan solusi konsumsi air yang efisien namun tetap memenuhi standar higienis, sehingga mereka lebih percaya pada produk bermerek dengan reputasi baik seperti Aqua. Selain itu, gaya hidup yang mengarah pada *brand-oriented* juga mendorong konsumen untuk tetap loyal terhadap merek yang dianggap mencerminkan citra hidup sehat dan modern. Dengan demikian, pemahaman terhadap

gaya hidup konsumen menjadi strategi penting dalam mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian produk Aqua di pasar lokal.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan agar hasil penelitian ini tidak digeneralisasikan secara luas tanpa pertimbangan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian Terbatas pada Satu Merek dan Wilayah

Penelitian ini hanya difokuskan pada konsumen air minum dalam kemasan galon merek AQUA di wilayah Kota Madiun, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk merek air minum lainnya maupun daerah lain yang memiliki karakteristik konsumen berbeda.

2. Metode Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang memungkinkan adanya bias responden, seperti kurangnya pemahaman terhadap pertanyaan atau jawaban yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya karena ingin memberikan kesan tertentu.

3. Waktu Penelitian yang Terbatas

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu empat bulan, yang menyebabkan data yang diperoleh bersifat cross-sectional. Penelitian ini tidak menggambarkan perubahan perilaku konsumen dalam jangka panjang atau berdasarkan tren waktu tertentu.

4. Penggunaan Teknik Sampel Non-Probability

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yang tidak menjamin keterwakilan populasi secara keseluruhan, sehingga hasil penelitian bersifat deskriptif terhadap sampel yang ada dan tidak dapat digeneralisasi secara statistik.

D. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disimpulkan saran-saran sebagai berikut :

1. Aqua sebaiknya tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produknya, terutama pada segi kesesuaian produk dengan spesifikasi yang ditawarkan kepada konsumen. Jika konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian AMDK Aqua.
2. Aqua diharapkan tetap menjaga perasaan aman, nyaman dan kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi AMDK Aqua maka keputusan pembelian AMDK Aqua juga akan meningkat.
3. Di masa yang akan datang para peneliti diharapkan untuk melakukan penelitian serupa dengan mempertimbangkan variabel lain selain dari kualitas produk dan kepercayaan merek. Dengan mempertimbangkan faktor lain ini, diharapkan akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen.