

## **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh label kemasan, asosiasi merek, kepribadian merek, berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan intensitas pembelian Pocari Sweat (Studi di sarana olahraga futsal Kota Bandar Lampung), hanya faktor karakteristik produk yang tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap intensitas pembelian di sarana olahraga futsal yang terdapat di Kota Bandar Lampung.

### **B. Saran**

Hasil penelitian yang dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa label kemasan, asosiasi merek, kepribadian merek, berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan intensitas pembelian pocari sweat dan faktor karakteristik produk yang tidak berpengaruh. Berdasarkan hal tersebut peneliti memberikan masukan berupa saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini masih terbuka bagi peneliti lain untuk meneliti variabel lain terhadap intensitas pembelian minuman isotonik pocari sweat. Oleh karena itu, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti tentang minuman pocari sweat ini agar dapat memilih objek diluar variabel-variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini

2. Berdasarkan hasil penelitian ini kepuasan konsumen adalah factor yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas pembelian produk pocar sweat. Oleh karena itu bagi perusahaan harus lebih memfokuskan pada segmen kepuasan konsumen seperti mepercantik penampilan label kemasan, meningkatkan mutu produk serta menambah manfaat-manfaat lagi bagi tubuh khusus bagi orang yang aktif berolahraga sehingga konsumen akan merasa manfaatnya saat menggunakan produk pocari sweat dan otomatis akan meningkatkan penjualan di masyarakat.
3. Dalam penelitian ini, label kemasan, asosiasi merek, kepribadian merek, berpengaruh signifikan dalam menciptakan intensitas pembelian pocari sweat dan factor karakteristik produk yang tidak berpengaruh, sehingga perusahaan yang memproduksi minuman isotonic Pocari Sweat ini, sebaiknya memperhatikan factor tersebut dan mulai menanamkan kepercayaan kepada konsumen sehingga produk dapat diterima dan disukai oleh konsumen.