

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Cleo di Mojokerto adalah:

1. Faktor produksi dengan nilai eigen value sebesar 15,324
2. Faktor ketersediaan barang dengan nilai eigen value sebesar 2,668
3. Faktor Promosi dengan nilai eigen value sebesar 1,460
4. Faktor kualitas dengan nilai eigen value sebesar 1,180
5. Faktor Produk dengan nilai eigen value sebesar 1,099
6. Faktor keistimewaan dengan nilai eigen value sebesar 1,049

B. Saran

1. Variabel-variabel pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Cleo di Mojokerto memiliki korelasi yang tinggi sehingga model yang dibentuk layak digunakan, apabila terdapat faktor lain harus disesuaikan dengan faktor yang ada guna mempermudah dalam penelitian sebelumnya. Faktor-faktor yang keluar harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan atensi konsumen agar tertarik membeli produk air minum Cleo.
2. Untuk mempermudah bagi penelitian selanjutnya dalam menghitung kecukupan sampel maka peneliti sebaiknya menggunakan tabel Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) karena populasi tidak terbatas