

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk (attitude) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen Produk Softex di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Variabel Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Softex di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Variabel Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Softex di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Kualitas produk, persepsi harga, dan Citra Merek, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Variabel Kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan hal tersebut maka kedua hipotesis kerja (H1, H2, H3, dan H4,) semuanya diterima secara signifikan.

B. Saran

1. Saran Perusahaan.

- 1.1. Diharapkan perusahaan yang berkecimpung dalam industri toiletries lebih memperhatikan segala aspek yang berhubungan dengan konsumen. terlebih dalam hal kualitas produk. Karena kualitas produk akan menentukan keputusan pembelian. Jika produk tersebut bagus dan dapat diterima oleh pelanggan, maka pelanggan akan menjadi loyal dengan produk tersebut. Dari segi kualitas diharapkan perusahaan semakin menjaga dan menjamin akan manfaat menggunakan produk pembalut wanita softex. Sehingga apa yang dipersepsikan oleh konsumen, mengarah kepada kepercayaan yang didasari oleh jaminan yang berdampak pada persepsi kualitas yang baik akan produk tersebut, sehingga konsumen tertarik dan berminat untuk membeli produk yang akan digunakan.
- 1.2. Kemudian juga harus memperhatikan daya beli konsumen, karena konsumen pembalut wanita softex adalah remaja, jadi sangatlah sensitif dalam hal keputusan pembelian dikarenakan batasan finansial dimana lebih memilih harga yang sebanding dengan kemampuan.

- 1.3. Citra Merek perusahaan perlu dibina kearah positif. Dikarenakan merek yang baik dimata konsumen merupakan salah satu aset berharga bagi perusahaan agar mampu menguasai pangsa pasar (*market leader*). Citra yang terbentuk dari asosiasi inilah yang mendasari keputusan membeli bahkan tercipta loyalitas merek (*Brand loyalty*) dari konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Kualitas produk

Pihak produsen hendaknya menambah variasi produk yang dihasilkan sehingga konsumen memiliki pilihan ketika akan membeli produk softex yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen misalnya : Menciptakan pembalut yang tidak gampang bocor, menciptakan pembalut yang mempunyai daya serap yang cukup tinggi, membuat pembalut dengan lapisan yang selalu kering agar tidak terjadi iritasi, membuat pembalut yang tidak mudah berkerut saat dipakai, membuat lapisan lembut pada pembalut ketika digunakan atau dipakai, membuat pembalut yang sesuai dengan lekuk tubuh, menggunakan bahan yang aman pada pembuatan pembalut sehingga aman untuk digunakan, menggunakan bahan yang mengutamakan kenyamanan ketika digunakan.

b. Persepsi harga

Produsen hendaknya memberikan variasi harga yang lebih terjangkau di kalangan mahasiswa misalnya mengeluarkan produk untuk isi satuan sehingga harganya lebih terjangkau, menetapkan harga yang tidak terlalu

tinggi dibandingkan merek lain, Perusahaan harus bisa menyesuaikan harga yang ditetapkan dengan manfaat dan kualitas yang diberikan

c. Citra Merek.

Perusahaan harus lebih memperhatikan citra merek dari pembalut wanita softex ini, karena rendahnya pembelian konsumen pada pembalut wanita softex juga diduga karena citra merek softex yang masih buruk. Sampai saat ini masih banyak konsumen yang mengidentifikasi softex sebagai barang usang yang hanya cocok diperuntukan bagi wanita tua saja, sementara pasar pembalut wanita kini lebih didominasi remaja dan wanita muda.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

- a. Peneliti lain perlu membahas mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek di tempat lain.
- b. Perlunya penelitian variabel lain di luar variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek, yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Perlunya penambahan area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.