

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini didasari atas penelitian yang meneliti tentang pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk disebarakan kepada 125 responden, dan sampel yang digunakan pada penelitian hanya responden yang membeli Detergen Rinso di Kota Payakumbuh. Datadalam penelitian ini diolah menggunakan *SPSS versi 20 for Windows*.

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada BAB IV maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Detergen Rinso dengan nilai $T_{hitung} (2.092) > T_{tabel} (1.980)$, maka H_1 dapat di terima. Dimana kolerasinya juga positif yang artinya kualitas produk mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian, dimana semakin baik kualitas produk Detergen Rinso yang dirasakan konsumen maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso.
2. Variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso dengan nilai $T_{hitung} (2.471) > T_{tabel} (1.980)$, maka H_2 dapat di terima. Dimana korelasi yang dimilikinya adalah positif dimana harga memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian Detergen Rinso. Dimana semakin baik harga yang ditawarkan Detergen Rinso akan

semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso. Harga yang ditawarkan oleh produsen harus sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh produk itu sendiri. Jangan sampai harga yang ditawarkan relatif tinggi tetapi kualitas produknya tidak bagus. Hal itu akan membuat konsumen tidak akan membeli produk tersebut kembali, namun mereka hanya akan membeli satu kali pembelian saja.

3. Variabel kemasan tidak memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Detergen Rinso dengan nilai $T_{hitung} (-1.110) < T_{tabel} (1.980)$, maka H_3 dapat ditolak. Korelasinya negatif menunjukkan bahwa kemasan mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan keputusan pembelian Detergen Rinso. Hal ini mengandung arti bahwa kemasan/bungkus dari produk tidak selalu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.
4. Variabel Label memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso di Kota Payakumbuh dengan nilai $T_{hitung} (2.272) > T_{tabel} (1.980)$, maka H_4 dapat di terima. Dimana korelasinya adalah positif artinya label mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian Detergen Rinso di Kota Payakumbuh. Dimana semakin baik dari pencantuman label pada kemasan akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso.
5. Variabel Citra Merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso dengan nilai $T_{hitung} (3.951) > T_{tabel} (1.980)$, maka H_5 dapat di terima. Korelasinya positif berarti citra merek

memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian. Dimana semakin baik citra merek dari suatu produk akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso.

Citra merek sangat membantu keputusan pembelian konsumen, jika merek tersebut sudah tertanam dibenak konsumen, konsumen akan selalu mengingat produk tersebut dan terus-menerus membeli produk tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang tidak memberikan pengaruh yang signifikan, yang dapat diartikan bahwa variabel tersebut sama sekali tidak memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso. Dimana variabel yang tidak memberikan pengaruh yang signifikan yaitu variabel kemasan, berarti tidak semua konsumen terlalu memperhatikan kemasan dari produk yang akan mereka beli.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi peningkatan keputusan pembelian konsumen terhadap Detergen Rinso. Dimana perusahaan Detergen Rinso harus selalu berupaya untuk meningkatkan atribut produk dan citra merek, karena hal tersebut sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Peningkatan keputusan pembelian inilah yang nantinya akan membentuk sikap loyal konsumen terhadap Detergen Rinso.

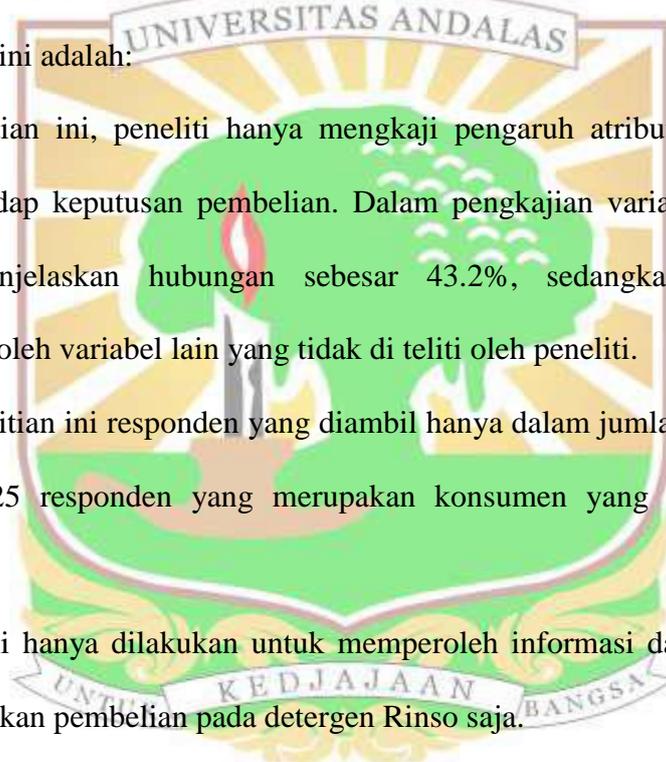
Selain itu, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kemasan tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Detergen Rinso. Hal ini mengindikasikan bahwa kemasan bukan menjadi faktor utama konsumen dalam memutuskan membeli Detergen Rinso. meskipun kemasan tidak berpengaruh dalam

keputusan pembelian, tetapi perusahaan harus tetap mengembangkan inovasi terhadap kemasan, misalnya dengan dimunculkannya kemasan baru yang tidak membuat konsumen merasa bosan dengan kemasan yang itu-itu saja.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan yang ada. Disisi lain, keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi peneliti yang akan datang, adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengkaji pengaruh atribut produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam pengkajian variabel tersebut hanya mampu menjelaskan hubungan sebesar 43.2%, sedangkan sisanya 56.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
2. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam jumlah yang relatif kecil sebanyak 125 responden yang merupakan konsumen yang membeli Detergen Rinso.
3. Penelitian ini hanya dilakukan untuk memperoleh informasi dari konsumen yang telah melakukan pembelian pada detergen Rinso saja.
4. Penelitian ini hanya menggunakan satu objek penelitian yaitu Detergen Rinso saja, sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk Detergen lainnya.
5. Lokasi penelitian hanya difokuskan di Kota Payakumbuh saja.
6. Beberapa responden terlihat kurang memperhatikan setiap item-item dari pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian ini. Sehingga, terkesan memberikan respon sekedarnya dan kurang tepat.



5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini serta berbagai keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang dirasakan perlu dilakukan dari penelitian ini antara lain:

5.4.1 Bagi Pihak Perusahaan

1. Rinso sebagai pihak yang berkualitas baik di Indonesia harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, sehingga tetap menjadi pilihan pertama konsumen dalam membeli Detergen.
2. Pengguna Detergen rinso dapat merasakan manfaat dalam produk ini untuk membantu mereka dalam mencuci pakaian kotor sehari-hari mereka. Sehingga sebaiknya pihak detergen Rinso dapat mempertahankan kualitas produk, dan citra merek yang dimiliki oleh Detergen Rinso, dan dapat menimbulkan rasa puas pada konsumen setelah menggunakan Detergen Rinso.

5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel atribut produk, citra merek dan variabel keputusan pembelian saja sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti menambahkan variabel kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.
2. Rekomendasi yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian dengan objek Detergen lain agar dapat dibandingkan dengan hasil penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian tidak hanya masyarakat Kota Payakumbuh saja, tetapi juga masyarakat Kabupaten 50 Kota yang di jadikan

responden dan memperbanyak jumlah responden yang digunakan dalam penelitian selanjutnya.

