

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis Partial Least Square (PLS) mengenai keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy (Studi warga kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan), maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak melihat harga sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian suatu produk.
- b. Kualitas Produk secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua konsumen memperhatikan kualitas produk sebagai faktor penentu dalam keputusan pembelian.
- c. Iklan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy. Hal ini menunjukkan bahwa iklan merupakan salah satu faktor penentu dalam melakukan keputusan pembelian.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pada variabel harga, peneliti menyarankan perusahaan Lifebuoy menyesuaikan harga produk dengan kualitas produk dan menambah manfaat produk serta menciptakan formula baru yang tidak dimiliki pesaing maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

- b. Pada variabel kualitas produk, peneliti menyarankan perusahaan Lifebuoy mempertahankan dengan terus menjaga kualitas barang maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
- c. Pada variabel iklan, peneliti menyarankan dalam menerapkan iklan melalui televisi maupun media cetak sebaiknya pihak perusahaan harus meningkatkan frekuensi penayangan iklan dan juga meningkatkan kualitas iklan yg mampu memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari informasi tentang produk sabun cair Lifebuoy yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
- d. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam melakukan keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy dan hasilnya mungkin akan berbeda. Kemudian peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti yang mempengaruhi keputusan pembelian,

