

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh atribut produk deterjen Attack Softener terdapat hubungan yang secara statistik signifikan terhadap keputusan membeli oleh konsumen. Dari hasil analisis, ada beberapa hal yang dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

- Dari hasil yang telah didapatkan di atas kita mengetahui bahwa peringkat masing-masing faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli pada peringkat pertama adalah variabel hemat (irit) dengan nilai meannya sebesar 3,5760 sedangkan pada peringkat kedua adalah variabel harga dengan nilai 3,5640 di peringkat ketiga variabel kemasan dengan nilai meannya adalah 3,4440 dan peringkat yang terakhir atau peringkat keempat adalah variabel kualitas dengan nilai 3,3590.
- Pada butir pertanyaan kemasan nilai yang paling tinggi adalah pada pertanyaan kelima yaitu : " Saya membeli produk ini karena ukuran dan kemasan deterjen attack softener memiliki beberapa pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen." . Sedangkan pada butir pertanyaan yang mempunyai nilai rendah adalah pada pertanyaan keempat yaitu : 'Saya membeli produk ini karena deterjen attack softener memiliki kemasan yang menarik sehinggal banyak dijual- jual di toko-toko dan supermarket. "

- Pada variabel kualitas butir pertanyaan yang nilainya paling tinggi adalah pada pertanyaan pertama yaitu : ” Saya membeli produk ini karena deterjen attack softener sudah memenuhi kualitas sebagaimana telah diujikan pengujian ”. Sedangkan pertanyaan yang nilainya rendah ditunjukkan pada pertanyaan kedua yaitu: ” Saya membeli produk ini karena kualitas deterjen attack softener dari waktu ke waktu mengalami perubahan atau penyempurnaan kualitas produknya. ”
- Pada variabel harga butir pertanyaan yang mempunyai nilai tinggi adalah pada pertanyaan kesatu yaitu : ” Saya membeli produk ini karena harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan mutu dan kualitas deterjen attack softener.” . sedangkan pertanyaan yang nilainya rendah ditujukan pada pertanyaan keempat yaitu: ” Saya membeli produk ini karena merasa harga deterjen attack softener masih wajar dan terjangkau.”
- Pada variabel hemat (irit) butir pertanyaan yang mempunyai nilai tinggi adalah pada pertanyaan kesatu yaitu: ” Saya membeli produk ini karena dengan adanya takaran di dalamnya, pemakaian deterjen attack softener menjadi lebih praktis dan efisien.” . Sedangkan pertanyaan yang rendah ditujukan pada pertanyaan keempat yaitu: ” Saya membeli produk ini karena busa yang dihasilkan deterjen attack softener tidak banyak namun cara kerjanya sangat bagus ”.

5.2 SARAN

Dari penelitian ini diperoleh peringkat-peringkat yang mempengaruhi faktor-faktor konsumen dalam membeli deterjen Attack Softener adalah pada peringkat pertama hemat(irit), harga, kemasan, dan yang terakhir adalah kualitas. Untuk variabel hemat(irit) harus tetap dipertahankan agar dapat terus memenuhi kepuasan konsumen sedangkan untuk variabel kualitas yang peringkatnya lebih rendah agar menjadi perhatian untuk meningkatkan citra perusahaan dan tetap mempertahankan konsumen.

Pada butir pertanyaan kemasan nilai yang paling tinggi adalah pada pertanyaan kelima yaitu : ” Saya membeli produk ini karena ukuran dan kemasan deterjen attack softener memiliki beberapa pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.” .

Pada variabel kualitas butir pertanyaan yang nilainya paling tinggi adalah pada pertanyaan pertama yaitu : ” Saya membeli produk ini karena deterjen attack softener sudah memenuhi kualitas sebagaimana telah diujikan ”.

Pada variabel harga butir pertanyaan yang mempunyai nilai tinggi adalah pada pertanyaan kesatu yaitu : ” Saya membeli produk ini karena harga yang di tetapkan sudah sesuai dengan mutu dan kualitas deterjen attack softener.”

Pada variabel hemat (irit) butir pertanyaan yang mempunyai nilai tinggi adalah pada pertanyaan kesatu yaitu: ” Saya membeli produk ini karena dengan adanya takaran di dalamnya, pemakaian deterjen attack softener menjadi lebih praktis dan efisien.” .