

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

- a. Sikap konsumen dalam membeli sabun cair Sunlight adalah positif (kuat). Dari perhitungan analisis sikap diperoleh skor sikap sebesar 1.096.376 dari skor minimum sebesar 130.000 dan maksimum sebesar 2.080.000 dalam prosentase skor sikap mencapai 56,22% dari skala maksimum-minimum. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut dan konsekuensi membeli sabun cair Sunlight di Kecamatan Turi adalah **Positif (kuat)**.
- b. Norma subjektif terhadap minat membeli sabun cair Sunlight juga berpengaruh **Positif (kuat)**. Dari perhitungan analisis norma subjektif diperoleh skor norma subjektif sebesar 244.266 dari skor minimum sebesar 30.000 dan maksimum sebesar 480.000 dalam prosentase skor norma subjektif mencapai 54,28% dari skala maksimum-minimum. Urutan referen yang memiliki derajat keyakinan normatif dan motivasi paling tinggi adalah tetangga, kemudian keluarga dan yang terakhir adalah selebritis. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam memilih sabun cair yang tepat banyak dipengaruhi oleh tetangga yang pernah/sedang menggunakan sabun cair Sunlight.

- c. Dari perhitungan minat diketahui bahwa minat konsumen adalah positif (kuat) dengan skor **180.099,918**. Skor minimum adalah **21.370,1** dan skor maksimum **341.921,6**. Rasio skor minat dari skala maksimum-minimum **56,18%**. Prosentase tersebut menunjukkan bahwa minat konsumen dalam membeli sabun cair Sunlight di Kecamatan Turi adalah **Positif (kuat)**.
- d. Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Sikap (Ab) dan Norma Subjektif (SN) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat membeli. Ini tampak dari hasil Uji t dan Uji F yang signifikan. (Tabel 4.16)

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Mengacu pada hasil penelitian dimana kemudahan mendapatkan produk merupakan atribut produk yang memiliki derajat keyakinan dan evaluasi terendah dibandingkan atribut lainnya maka produsen diharapkan lebih meningkatkan saluran distribusinya agar mampu menjangkau masyarakat luas.
2. Selebritis (endorser) merupakan referen yang memiliki derajat norma subjektif paling rendah dibandingkan dengan referen yang lain, oleh karena itu dalam penayangan iklan sebaiknya lebih ditonjolkan tema iklan yang inovatif daripada dengan menonjolkan selebritisnya.

3. Dari perhitungan R^2 , ternyata yang mempengaruhi pembelian sabun cair Sunlight dari faktor minat hanya 38,7 % saja, dan sisanya adalah faktor lain yang belum diketahui. Oleh karena itu produsen harus dapat mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat konsumen. Mungkin, dari saluran distribusinya, atau dari promosinya yang kurang gencar, dan sebagainya.

