

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil 118 responden dengan presentase 95,94% menyatakan kualitas produk pasta gigi Pepsodent dalam kategori baik.
2. Berdasarkan analisis data, diperoleh dari 123 responden, terdapat 74 konsumen dengan presentase 60,16% menyatakan citra merek produk pasta gigi Pepsodent dalam kategori baik.
3. Untuk analisis data variabel keputusan pembelian, diperoleh hasil 98 (79,68%) responden menyatakan bahwa keputusan pembelian santriwati pondok pesantren Avissina pada pasta gigi Pepsodent dalam kategori baik.
4. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina. Nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,673 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai $t_{hitung} = 19,744 > t_{tabel} = 1,979$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 1952 artinya bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan.
5. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel citra merek (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pasta gigi

Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina Kediri. Hasil nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,506 dengan signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai $t_{hitung} = 2,725 > t_{tabel} = 1,979$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,311 yang artinya kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan.

6. Variabel kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina. Nilai uji pada analisis korelasi berganda sebesar 0,640 dengan signifikansi *F change* 0,000 artinya berkorelasi sedang. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} = 58,090 > F_{tabel} = 3,09$ dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga hipotesis yang ketiga berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina Kediri” adalah terbukti kebenarannya. Sedangkan R^2 ditemukan hasil 0,548 artinya besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 54,8% sedangkan yang 45,2% disebabkan oleh faktor lain yaitu harga, tempat dan promosi..

B. Saran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data pada bab 4, maka saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal kualitas produk, diharapkan pasta gigi Pepsodent untuk tetap mempertahankan kualitas serta menciptakan produk-produk yang berkualitas tinggi sehingga terciptanya kualitas produk lebih baik dan dapat dirasakan oleh konsumen.
2. Dalam hal citra merek, diharapkan pasta gigi Pepsodent untuk lebih menciptakan citra merek yang lebih baik dari sekarang sehingga konsumen lebih percaya pada produk pasta gigi Pepsodent.
3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian dapat dikembangkan dengan meneliti variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam mempengaruhi keputusan pembelian.