

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian pada BAB IV dan BAB V, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pembalut wanita merek Laurier pada Santriwati P3TQ Lirboyo. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan ini dengan bantuan program SPSS versi 21 maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi santriwati terhadap pembalut wanita merek Laurier, menurut santriwati P3TQ Lirboyo Kediri tergolong dalam kategori “cukup baik”, yaitu mengacu pengklasifikasi dan pengkategorian ditentukan pada tabel 5.1 sebesar 33%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian terhadap pembalut wanita merek Laurier menurut santriwati P3TQ Lirboyo Kediri tergolong “cukup baik”m yaitu mengacu pada pengklasifikasi dan pengkategorian ditentukan pada tabel 5.2 sebesar 34%.
3. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 bahwa hubungan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,666 atau berada interval 0,60-0,799. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel persepsi konsumen (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) adalah “Kuat”. Selain itu, berdasarkan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 terdapat pengaruh signifikan antara persepsi dengan keputusan

pembelian yaitu sebesar 12,101 dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa R^2 (*R Square*) yaitu sebesar 0,443 sama dengan 44,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 44,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,3\% = 55,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti: faktor kebudayaan, sosial, pribadi maupun faktor lain dari psikologis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Pembalut Laurier

Pembalut wanita merek Laurier merupakan salah satu merek pembalut yang menduduki nomor kedua di dalam Top Brand Index. Persepsi responden terhadap pembalut merek Laurier secara umum dapat dikatakan cukup. Perusahaan diharapkan dapat terus berinovasi dan menjaga kualitas produk pembalut Laurier sesuai harga yang ditetapkan dalam mempertahankan citra merek dan citra dari perusahaan guna menjaga persepsi konsumen. Karena dengan adanya persepsi konsumen yang baik terhadap suatu produk keputusan pembelian konsumen akan semakin naik dan konsumen dapat loyal pembalut merek Laurier. Selain

itu, perusahaan diharapkan menciptakan penawaran-penawaran yang sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang hampir sama, mampu memberikan atau menampilkan performa yang lebih baik dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan memperluas responden tidak hanya pada Pondok Pesantren Putri Takhfizil Qur'an Lirboyo Kediri saja, tetapi dapat memperluas sampel pada wilayah yang lain sehingga daya generalisasi hasil penelitian dapat diperbesar. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.