

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh atribut produk yang meliputi; kualitas produk, desain produk dan fitur produk, serta merek dan kemasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah terbukti kebenarannya.
- b. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah terbukti kebenarannya.
- c. Fitur produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah terbukti kebenarannya.
- d. Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis keempat yang menyatakan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah terbukti kebenarannya.
- e. Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kelima yang menyatakan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah terbukti kebenarannya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

- a. Peneliti menggunakan variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian hanya terbatas pada atribut kualitas produk, desain produk, dan fitur produk serta merek dan kemasan. Padahal masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain; harga, iklan, promosi, kualitas layanan, *word of mouth*, dan kepercayaan.
- b. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya berdasarkan hasil instrumen kuesioner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden secara tertulis tanpa adanya kontrol dari peneliti untuk memberikan arahan tentang pemahaman dari setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

- a. Untuk Perusahaan
 - 1) Perlunya perusahaan memperhatikan atribut kualitas produk, desain produk dan fitur produk dalam penjualan, karena dengan atribut yang baik tersebut, maka akan menimbulkan kepuasan pada produk Citra *hand and body lotion*, sehingga mendorong pelanggan untuk membuat suatu keputusan untuk membeli.

- 2) Pihak perusahaan untuk tidak hanya membuat pelanggan membeli, namun harus berlanjut ke pelanggan yang loyal.
- 3) Perusahaan harus mampu untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggannya melalui atribut produk Citra *hand and body lotion*. Peningkatan pelanggan loyal dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap atribut kualitas, desain dan fitur Citra *hand and body lotion*, bahwa atribut-atribut produk tersebut mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan kulit pelanggan.

b. Untuk Penelitian Mendatang

- 1) Karena variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, maka diharapkan hasil dari penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang bisa dikembangkan adalah faktor harga, iklan, promosi, kualitas layanan, *word of mouth*, dan kepercayaan. Hal tersebut dapat dijadikan variabel tambahan untuk penelitian selanjutnya sehingga hasil penelitian pengaruh keputusan pembelian akan semakin baik.
- 2) Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk melakukan wawancara dengan memberikan arahan tentang pemahaman dari setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner, agar setiap responden dapat memahami maksud dari item pernyataan dan menghasilkan jawaban yang

benar-benar sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden, sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih baik dari penelitian ini.