

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *brand image*, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk *Shampoo Pantene* pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator, *brand image*, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Shampoo Pantene* pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
- b. *Brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand image* mempunyai peran yang penting dalam minat konsumen melakukan pembelian produk *Shampoo Pantene* pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
- c. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Shampoo Pantene* pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
- d. Inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Shampoo Pantene* pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
- e. Pengujian secara bersama-sama antara *brand image*, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian produk

Shampoo Pantene pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *brand image*, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian.

2. Saran yang ditujukan untuk Perusahaan P&G (*Procter & Gamble*) Selaku Produsen Produk *Shampoo Pantene*

1. Perusahaan P&G (*Procter & Gamble*) Selaku produsen produk *Shampoo Pantene* harus memperhatikan peranan *brand image*, kualitas produk dan inovasi produk, disebabkan karena variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Perusahaan P&G (*Procter & Gamble*) Selaku produsen produk *Shampoo Pantene* hendaknya lebih tepat dalam menetapkan strategi dalam memasarkan produk yang akan dijual, karena *brand image* suatu produk juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

3. Perusahaan P&G (*Procter & Gamble*) selaku produsen produk *Shampoo Pantene* harus lebih memperhatikan kualitas produk yang dipasarkan, konsumen tentu saja ingin mendapatkan kualitas produk terbaik yang akan digunakan terutama dalam hal perawatan kulit kepala dan rambut.
4. Perusahaan P&G (*Procter & Gamble*) selaku produsen produk *Shampoo Pantene* harus lebih meningkatkan inovasi produk agar dapat menarik minat konsumen, karena sebuah inovasi produk yang efektif akan dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian, konsumen akan merasa tertarik atas perubahan produk yang ditawarkan dan ingin merasakan manfaat terbaru yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan harapan konsumen.

