

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dikemukakan dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis data. Adapun kesimpulan dari hasil analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 orang responden masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah secara parsial dapat disimpulkan bahwa mengenai hasil pengujian hipotesis variabel atribut produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,225 > 1,984$) atau $\text{sig } t$ ($0,000 < 0,05$).
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 orang responden masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah secara parsial dapat disimpulkan bahwa mengenai hasil pengujian hipotesis variabel citra merek (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $<$ t tabel ($-0,175 < 1,984$) atau $\text{sig } t$ ($0,862 > 0,05$).
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 orang responden masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah secara simultan dapat disimpulkan bahwa mengenai hasil pengujian hipotesis variabel atribut produk dan citra merek dengan F hitung $>$ F tabel ($9,124 > 2,70$) dan signifikan ($0,000 > 0,05$) artinya

terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel independen atribut produk (X1) dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian produk shampo sunsilk hijab *recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

B. Saran-saran

1. Dari hasil penelitian telah didapat bahwa atribut produk adalah variabel yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian shampo sunsilk hijab *recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah, maka diharapkan produsen shampo sunsilk hijab *recharge* dapat memberikan kualitas kemasan dan pelayanan sehingga mampu lebih memuaskan konsumen.
2. Dari segi citra merek perusahaan harus selalu meningkatkan keyakinan masyarakat agar mau menggunakan shampo sunsilk hijab *recharge*, baik itu melalui peningkatan kualitas serta beberapa peningkatan lainnya agar masyarakat dapat meyakini bahwa shampo sunsilk hijab *recharge* adalah produk yang sangat baik dan tidak akan menimbulkan keraguan dari konsumen untuk menggunakan shampo sunsilk hijab *recharge*.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar kiranya dapat membantu sebagai acuan dan sebagai bahan bacaan dalam rangka proses pengembangan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang, serta perlunya menambah variabel dalam penelitian yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti harga dan promosi.