

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk dan Iklan berdasarkan hasil uji signifikansi F secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Membeli Ulang produk shampo Pantene di Bandar Lampung, besarnya pengaruh kedua variabel tersebut dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,404 atau 40,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 59,6 % dipengaruhi faktor lainnya.
2. Secara parsial, terlihat bahwa dua variabel bebas tersebut menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang produk shampo Pantene dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,299 dan 0,216. Sehingga hipotesis *pertama* dan *kedua* dalam penelitian ini dapat **didukung**.
3. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil 80,88% responden setuju bahwa kualitas produk shampo pantene baik, dan 60,88 % setuju membeli shampo pantene karena iklan. Hal tersebut sesuai dengan Top brand index

shampo tahun 2012 yang menempatkan shampo pantene sebagai peringkat atas.

4. Berdasarkan hasil survey penelitian didapatkan hasil bahwa indikator tingkat kesesuaian produk shampoo pantene memiliki persentase penilaian sangat baik yang tinggi yaitu di atas 90 %.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh di atas, untuk dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen pada produk shampoo Pantene di Bandar Lampung maka disarankan sebagai berikut:

1. Melihat pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Membeli Ulang produk shampo Pantene di Bandar Lampung, maka disarankan bagi perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk yang selama ini telah dimiliki.
2. Berdasarkan deskripsi hasil survey, indikator kemasan shampo mendapatkan persentase yang kecil. Disarankan agar perusahaan lebih membuat kemasan shampo pantene lebih menarik dan kreatif.
3. Bagi perusahaan disarankan dari segi iklan melalui sektor pemasaran/marketing untuk mengemas lebih baik lagi dari penyajian, media iklan dan pendukung penayangan iklan shampo Pantene.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang lain atau menambah dan mengukur variabel lain relevan seperti kepuasan konsumen dan loyalitas dalam menggunakan pantene.