

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis "Sikap dan Perluasan Merek mempengaruhi konsumen untuk membeli produk pond's ". Hal tersebut didasarkan pada :

1. Dari analisis Deskriptif terhadap sikap, perluasan merek, perilaku konsumen secara keseluruhan menyatakan setuju terhadap produk pond's. Hal ini dapat dilihat dari persentase pernyataan sangat setuju sebesar 33.46%, pernyataan setuju sebesar 55.99%, dan pernyataan netral sebesar 6.55%.
2. Melalui analisis Regresi Linier Berganda. Untuk n sebesar 94 dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % atau  $\alpha = 0,05$  diperoleh hasil :
  - Pengaruh sikap dan perluasan merek terhadap perilaku konsumen sebesar  $r^2 = 0.348$  hal ini berarti sumbangan variabel x (sikap dan perluasan merek) berperan dalam mempengaruhi setiap penambahan variabel y (perilaku konsumen) sebesar 34.8 %.
  - Hasil perhitungannya menunjukkan tingkat signifikansi pada variabel sikap sebesar 0.000 dan pada variabel perluasan merek sebesar 0.032 yang berarti nilai tersebut lebih kecil

dari 0.05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini di terima, yakni ada hubungan yang positif antara sikap dan perluasan merek terhadap perilaku konsumen, jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, secara variable dapat diketahui bahwa  $x_1$  (sikap) lebih berpengaruh terhadap  $x_2$  (perilaku konsumen) dengan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dibandingkan dengan variable perluasan merek yang memiliki tingkat signifikan 0.032.

3. Berdasarkan hasil analisis terhadap 94 responden diperoleh data mengenai jenis kelamin responden adalah 44 orang (46,81%) berjenis kelamin pria dan 50 orang (53,19%) berjenis kelamin wanita. Jumlah responden wanita dalam penelitian ini lebih banyak, karena Pond's merupakan produk pemutih wajah yang khusus diformulasikan bagi wanita. Pada kenyataannya tidak hanya wanita yang berminat dan menggunakan produk tersebut. Kaum pria pun banyak yang menggunakan produk tersebut karena produk tersebut sesuai dan mampu mengatasi masalah kulit yang dialaminya.

## 5.2 Saran

Sehubungan dengan diadakannya penelitian mengenai Pengaruh Sikap dan Perluasan Merek terhadap Perilaku konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung Terhadap Produk Kecantikan Pond's), maka dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Perluasan merek dapat dilanjutkan karena sebagian besar konsumen setuju akan produk pond's.
2. Melihat hasil uji Regresi Linier Berganda :
  - Melihat hasil uji mengenai sikap dan perluasan merek menunjukkan bahwa sikap dan perluasan merek berperan dalam mempengaruhi setiap pembelian sebesar 34.8 %. Sebaiknya perusahaan melakukan peningkatan pengenalan produk pond's, serta lebih mengerti keinginan berperilaku konsumen, emosi konsumen, mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan keterlibatan seseorang pada situasi pembelian dan meningkatkan kualitas di setiap varian produk yang ada dan melakukan promosi secara aktif melalui iklan dan slogan yang menarik serta meningkatkan publisitas melalui kegiatan atau *event-event* tertentu. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen tertarik dan melakukan pembelian produk pond's
3. Melihat hasil analisis frekuensi menunjukkan bahwa pengguna produk pemutih wajah tidak hanya wanita tetapi juga pria, maka sebaiknya perusahaan, khususnya PT. Unilever Indonesia Tbk dapat melihat hal tersebut sebagai suatu peluang pasar yang potensial serta terus melakukan perbaikan dan inovasi terhadap produknya.