

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan dan saran untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu, mengenai pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Shampoo Lifebuoy, maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan tentang pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat beli shampoo Lifebuoy maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil keseluruhan jawaban responden diketahui bahwa dari 2 variabel yang memiliki skor tertinggi adalah variabel sikap.
2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi niat beli Shampoo Lifebuoy adalah variabel sikap.
3. Berdasarkan analisis model summary, Adjusted R Square memang mempengaruhi niat beli namun masih ada faktor lainnya yang mempengaruhi niat beli yang tidak diteliti. Faktor lainnya dapat disebabkan karena ekuitas merk, harga, dan lain sebagainya.
4. Analisis yang dilakukan kepada semua faktor pembentuk niat beli konsumen, dapat memberi pelajaran bagi produsen Shampoo Lifebuoy kemungkinan perlunya dilakukan pengkajian kebijakan pemasaran, atau

sebaliknya melakukan antisipasi kegiatan yang inovatif dan yang dapat mendorong meningkatnya penilaian faktor-faktor pembentuk niat beli konsumennya.

5. Kaitan norma subyektif terhadap produk Shampoo Lifebuoy adalah para konsumen yang menggunakan produk Shampoo Lifebuoy identik dengan sayang keluarga, karena Shampoo Lifebuoy merupakan Shampoo Keluarga.
6. Berdasarkan pada hasil analisis linier berganda yang telah dilakukan, diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresinya adalah positif, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
  - a. Sikap (X1) berpengaruh positif terhadap niat beli (Y). Hal ini berarti semakin tinggi sikap konsumen terhadap suatu produk, maka semakin tinggi niat beli konsumen.
  - b. Norma Subyektif (X2) berpengaruh positif terhadap niat beli (Y). Hal ini berarti semakin tinggi norma subyektif terhadap suatu produk, maka semakin tinggi niat beli konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan yang dikemukakan, maka adapun saran-saran yang diberikan yaitu:

1. Para penjual Shampoo Lifebuoy perlu meningkatkan kualitas produk terutama dalam segi manfaat dan bahan-bahan yang digunakan, karena pengaruh dari teman sebaya merupakan variabel sikap yang paling dominan mempengaruhi niat beli.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memperdalam analisis dengan memasukkan faktor lain yang juga mempengaruhi niat beli.
3. Dimana para penjual Shampoo Lifebuoy harus dapat lagi meningkatkan kelebihan pada produknya.