

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah penulis membahas secara konseptual dan terperinci tentang Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Microlax PT. Pharos Indonesia maka pada bab terakhir ini penulis akan menyampaikan kesimpulan atas permasalahan yang terjadi dan memberikan saran atas permasalahan yang terjadi tersebut.

#### 6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pada hasil analisis linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut.  $Y = 12,314 + 0,402 + 0,010 + e$ .

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 12,314 artinya adalah apabila variabel independen (faktor Harga dan Citra Merek) diasumsikan nol (0), maka variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 1,312 satuan.
2. Nilai Koefisien Regresi variabel Harga sebesar 0,402 artinya bahwa setiap peningkatan variabel Harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,402 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai Koefisien Regresi variabel Citra Merek sebesar 0,010 artinya bahwa setiap peningkatan variabel Citra Merek sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,010 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

4. Standar error ( $e$ ) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar error ( $e$ ) mewakili semua faktor yang mempengaruhi terhadap  $Y$  tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.
2. Hasil uji  $t$  faktor Harga, diketahui  $t$  hitung ( $5,294$ )  $>$   $t$  tabel ( $2,000$ ) dan  $\text{sig}$  ( $0,000$ )  $<$   $0,05$ . Artinya faktor Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Microlax PT. Pharos Indonesia.
3. Hasil uji  $t$  faktor Citra Merek, diketahui  $t$  hitung ( $0,134$ )  $>$   $t$  tabel ( $2,000$ ) dan  $\text{sig}$  ( $0,894$ )  $<$   $0,05$ . Artinya faktor Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Microlax PT. Pharos Indonesia.
4. Hasil uji  $f$  diketahui  $f$  hitung ( $14,530$ )  $>$   $f$  tabel ( $3,090$ ) dengan  $\text{sig}$  ( $0,000$ )  $<$  ( $0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan Citra Merek secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Microlax PT. Pharos Indonesia.
5. Nilai Korelasi ( $R$ ) yang dihasilkan adalah sebesar  $0,480$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai Adjusted  $R$  square diperoleh sebesar  $231$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar  $23,10\%$  terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar  $76,90\%$  dapat dijelaskan oleh Variabel - variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## 6.2 Saran

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Berdasarkan pada penelitian ini diketahui bahwa Variabel harga sangat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Microlax PT. Pharos Indonesia. Oleh karena itu diharapkan kepada perusahaan yang mempercayakan penjualan di apotik - apotik yang bekerja sama dengan PT. Pharos Indonesia agar mempertahankan Harga yang stabil agar penjualan makin meningkat.
2. Dalam kaitannya dengan Variabel Citra Merek, PT. Pharos Indonesia perlu memperhatikan hal - hal yang menjadi referensi seperti Bentuk kemasan, warna dan hal lain yang berhubungan dengan produk untuk membuat merek Produk Microlax menjadi lebih baik.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel selain variabel Harga dan Citra Merek karena masih ada Variabel - variabel independen lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Microlax PT. Pharos Indonesia.