

Hak Cipta Diindungi 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.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel harga, merek dan kemasan terhadap sikap konsumen pasta gigi Pepsodent pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara regresi linier berganda: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

$$Y = 3,878 + 0,375X_1 + 0,247X_2 + 0,150X_3 + e$$

Arti dari angka-angka dalam persamaan regresi tersebut adalah :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 3,878. Artinya apabila variabel independen di asumsikan nol (0), maka nilai variabel Y (Sikap Konsumen) bernilai 387,8%.
- b. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai 0,375. Ini menunjukkan hubungan variabel harga terhadap sikap konsumen. Dengan arti setiap ada perubahan kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan berpengaruh terhadap sikap konsumen sebesar 37,5%.
- c. Nilai koefisien regresi variabel merek bernilai 0,247. Ini menunjukkan hubungan variabel merek terhadap sikap konsumen. Dengan arti setiap ada perubahan kenaikan 1 satuan variabel merek maka akan berpengaruh terhadap sikap konsumen sebesar 24,7%.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kemasan bernilai 0,150. Ini menunjukkan hubungan variabel kemasan terhadap sikap konsumen.

Dengan arti setiap ada perubahan kenaikan 1 satuan variabel kemasan maka akan berpengaruh terhadap sikap konsumen sebesar 15%.

e. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar error (e) mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

2. berdasarkan (Uji F), harga, merek dan kemasan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen pasta gigi Pepsodent pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari Hasil $F_{hitung} (15,496) > F_{tabel} (2,706)$ dengan sign. $(0,000) < 0,05$.

3. Pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variabel dependent berdasarkan Uji t yang dilakukan adalah :

a. Harga

Berdasarkan statistik nilai $t_{hitung} (4,412) > t_{tabel} (1,987)$ dan Signifikasi $(0.000) < 0,05$. Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara variabel harga terhadap sikap konsumen.

b. Merek

Berdasarkan statistik nilai $t_{hitung} (2,156) > t_{tabel} (1,987)$ dan signifikasi $(0,034) < 0,05$, yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel merek terhadap sikap konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. Kemasan

Berdasarkan statistik nilai t_{hitung} (1,390) $< t_{tabel}$ (1,987) dan signifikansi (0,168) $> 0,05$, yang menunjukkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel kemasan terhadap sikap konsumen

2. Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,326 (32,6%) artinya dugaan dari ketiga variabel sebesar 32,6% variabel independent mempengaruhi variabel dependent, dan 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

VI.2 Saran

Setelah melihat hasil dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yang harus dipertimbangkan untuk kemajuan produk pasta gigi Pepsodent sebagai berikut :

1. Harga (X1). Pihak perusahaan agar dapat memberikan variasi harga yang lebih bisa menjangkau semua kalangan dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
2. Merek (X2). Pihak perusahaan agar dapat memberikan tampilan merek yang lebih menarik dan memberikan pembeda antara produk pasta gigi Pepsodent dengan produk pesaing.
3. Kemasan (X3). Pihak perusahaan agar dapat memberikan variasi kemasan yang sesuai dengan ukuran kebutuhan konsumen serta membuat desain kemasannya yang lebih menarik.
4. Sikap Konsumen (Y). Dalam hal Sikap Konsumen, pihak perusahaan

haruslah mengerti dan memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dan beralih kepada produk pesaing.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi 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.

