

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.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand trust* dan *perceived quality* terhadap keputusan pembelian ulang produk pembalut wanita merek Laurier pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Dari hasil penelitian terhadap model dan pengujian hipotesis yang dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Trust* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian ulang produk pembalut wanita merek Laurier pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. *Perceived Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Ulang produk pembalut wanita merek Laurier pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Variabel *Brand Trust* dan *Perceived Quality* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Ulang produk pembalut wanita merek Laurier pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, adapun pengaruhnya sebesar 59,0%.

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.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan dan peneliti yang akan datang:

1. Pembelian ulang pembalut merek laurier dipengaruhi oleh beberapa factor *brand trust* dan *perceived quality*, berdaasarkan hal tersebut perusahaan hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek yang sudah tertanam pada konsumen tentang pembalut merek Laurier dan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti *brand trust* dan *perceived quality* misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.