

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

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan varian produk terhadap keputusan pembelian pada produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. dari hasil penelitian terdapat beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan:
 - a. *Brand image* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (5.360) > t_{tabel} (1,987)$ dan Signifikasi $(0.000) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,459.
 - b. Varian produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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.

Hal ini dikarenakan Diketahui $t_{hitung} (0,857) < t_{tabel} (1,987)$ dengan signifikasi $(0,394) > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan *Brand image* dan varian produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian bahwa $F_{hitung} (21,050) > F_{tabel} (3,090)$ dengan signifikasi probabilitas sebesar $(0,000) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,303. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* dan varian produk mampu menjelaskan sebesar 30,3% terhadap keputusan pembelian pada produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk lebih memperhatikan suatu produk yang memiliki brand atau merek yang baik yang berkaitan langsung dengan kebutuhannya, sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian yang tepat kepada mahasiswa karena produk mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan.

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.

2. Lemahnya pengaruh varian produk terhadap keputusan pembelian produk deodorant merek Rexona di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sehingga diharapkan kepada mahasiswa untuk lebih memperhatikan dan memilih varian produk Rexona yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing dan memperhatikan keadaan fisik kulit (sensitif).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti sebesar 69,7%, maka peneliti sarankan untuk meneliti variabel yang berbeda. Seperti variabel kualitas produk, sikap konsumen maupun faktor psikologi konsumen. Serta mengembangkan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain dalam meneliti pengaruh *brand image* dan varian produk terhadap keputusan pembelian, misalnya melalui observasi (survei awal) ataupun wawancara yang lebih mendetail dengan responden lainnya seperti masyarakat tidak hanya mahasiswa saja, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih beragam daripada kuesioner yang jawabannya tersedia.