

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tissue paseo. Hal ini diperkuat oleh indeks rata-rata analisis deskriptif variabel citra merek sangat tinggi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen disebabkan oleh citra merek tissue paseo yang baik. Semakin baik citra merek suatu produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian suatu produk.
2. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tissue paseo. Hal ini diperkuat oleh indeks rata-rata analisis deskriptif variabel *experiential marketing* sangat tinggi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar keputusan pembelian yang dilakukan konsumen disebabkan oleh penerapan *experiential marketing* yang bagus dan tepat. Semakin baik *experiential marketing* yang digunakan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian suatu produk.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tissue paseo. Hal ini diperkuat oleh indeks rata-rata

analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen sangat tinggi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar keputusan pembelian yang dilakukan konsumen disebabkan oleh kepuasan konsumen terhadap produk tissue paseo. Semakin konsumen merasa puas dengan suatu produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian produk tersebut.

4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tissue paseo. Hal ini diperkuat oleh indeks rata-rata analisis deskriptif variabel kualitas produk sangat tinggi. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar keputusan pembelian yang dilakukan konsumen disebabkan oleh kualitas produk tissue paseo yang bagus. Semakin baik atau tinggi kualitas suatu produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Produsen Tisu Paseo

Saran bagi produsen tissue paseo yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil penelitian variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti mengajukan saran pihak manajemen dapat terus meningkatkan citra merek tissue paseo misalnya dengan desain logo merek yang lebih menarik dan meningkatkan semua aspek dari brand *value* (termasuk manfaat

fungsional) secara konsisten sehingga selalu jadi nomor satu di benak pelanggan.

- b) Berdasarkan hasil penelitian variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti mengajukan saran pihak manajemen meningkatkan *experiential marketing*, agar pengalaman yang dirasakan konsumen ketika menggunakan tisu paseo semakin baik, misalnya dengan membangun koneksi yang lebih otentik dengan konsumen dengan cara mengadakan pameran produk, *event* dan *workshop* atau seminar.
- c) Berdasarkan hasil penelitian variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti mengajukan saran pihak manajemen meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan tisu paseo, misalnya dengan terus meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen, penuhi ekspektasi konsumen, menjaga loyalitas serta kualitas pemasarannya.
- d) Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti mengajukan saran pihak manajemen meningkatkan kualitas produk tisu paseo, misalnya dengan meningkatkan daya serap tisu paseo, terus memperbaiki desain dan kemasan produk.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek, *experiential marketing*, kepuasan konsumen, dan kualitas produk berpengaruh terhadap

keputusan pembelian sebesar 70%, sedangkan 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini agar kekurangan 30% dapat terpenuhi. Variabel lain yang dapat digunakan misalnya variabel harga, desain produk, dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 132–142. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82>
- Apriani, A. (2021). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk sabun mandi lifebuoy terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen*. 1(2), 229–242.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Atma, F. W., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Lazada Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1).
- Bian, X., & Moutinho, L. (2011). The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits: Direct and indirect effects. *European Journal of Marketing*.
- Buchari Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Chandra, H. (2008). Marketing Untuk Orang Awam. Jakarta: Maxikom.
- Daryanto dan Setyobudi, Ismanto. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Malang: Gava Media
- Durianto Darmadi et al. (2001). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Fitia Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya” JESIT 20 No. 4.2015
- Ghozali, I. Latan, H. (2012). Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.