

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,622 atau 62,2% yang menunjukkan bahwa mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis membeli pembalut wanita Charm dipengaruhi oleh enam dimensi kualitas produk. Secara parsial dari 6 dimensi yang mempengaruhi keputusan pembelian hanya ada 4 dimensi yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembalut Charm yaitu dimensi Karakteristik Pelengkap sebesar 62,1%, dimensi kinerja sebesar 36,8%, profil, citra produk sebesar 35,3% dan dimensi kemudahan pengoperasian dan pelayanan sebesar 34,8%.
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pembalut Charm pada mahasiswi jurusan Administrasi Bisnis adalah faktor dimensi karakteristik pelengkap sebesar 62,1% dan juga dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3919 > 2,00172$ ) dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa konsumen sering mempertimbangkan dari dimensi karakteristik pelengkap ketika akan melakukan pembelian terhadap produk pembalut charm.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah didapat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. PT Unicharm harus senantiasa mempertahankan mutu kualitas produk yang digunakan pada produk pembalut Charm dengan selalu meningkatkan kualitas produknya dan melakukan perbaikan pada dimensi yang masih kurang seperti keandalan dan daya tahan produk dengan meningkatkan daya tahan yaitu pemakaian produk lebih tahan lama saat

digunakan, menyerap secara menyeluruh dan penampilan, daya tarik, corak produk, dibuat lebih beragam dan semenarik mungkin agar dapat menarik minat wanita untuk membelinya agar produk Charm dapat bersaing secara kompetitif terhadap jenis produk pesaing yang sama memproduksi pembalut.

2. PT Uncharm harus mempertahankan dimensi Karakteristik pelengkap produk, kinerja produk, profil, citra produk dan kemudahan pengoperasian dan pelayanan yang sudah baik. Selalu mengembangkan dan memberikan perbaikan terhadap pembalut charm supaya kualitasnya tetap terjaga dengan baik, memberikan inovasi terbaru terhadap produk pembalut Charm agar konsumen terus tetap melakukan pembelian terhadap produk pembalut Charm dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam penerimaan pendapatan penjualan produk pembalut Charm.