

BAB V
KESIMPULAN, KETERBATASAN
DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan di atas pada mahasiswa atau konsumen sabun cair merek lux, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa variabel sikap dan norma subyektif memiliki hubungan yang positif terhadap mahasiswa untuk membeli sabun cair merek lux.
2. Hipotesis 1 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap konsumen dan norma subyektif secara bersama-sama terhadap niat beli konsumen dapat dibuktikan, hal ini dibuktikan dengan *p value* pada uji F sebesar 0.000 (signifikan)
3. Hipotesis 2 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap konsumen terhadap niat beli sabun cair merek lux dapat dibuktikan, hal ini dibuktikan dengan *p value* pada variabel sikap konsumen sebesar 0.000 (signifikan).
4. Hipotesis 3 yang menyatakan tidak berpengaruh signifikan antara norma subyektif terhadap niat beli mahasiswa tidak terbukti, hal ini dibuktikan dengan *p value* pada uji variabel norma subyektif sebesar 0.122 (tidak

5. Koefisien determinasi sebesar 0.155 menunjukkan bahwa variasi variabel niat beli sabun cair merek lux dapat dijelaskan oleh sikap konsumen dan norma subyektif sebesar 15.5 %.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan perilaku konsumen secara umum.
2. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menyebarkan kuesioner, sehingga hasil penelitian dapat berbeda akibat ketidak konsistenan jawaban responden.

C. Saran

1. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dapat diperluas sampel penelitian dengan obyek lebih dari satu perguruan tinggi.
2. Saran untuk perusahaan adalah agar meningkatkan kualitas produk dan harga karena kualitas produk, keamanan, ketersediaan, serta harga yang kompetitif, sehingga dapat menarik minat beli konsumen yang lebih tinggi.
3. Untuk peneliti yang tertarik dengan sikap dan niat beli konsumen sebaiknya pada penelitian yang akan datang menambahkan variabel lain seperti perilaku