

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Studi ini menyatakan bahwa model riset yang melibatkan variabel bebas, yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek, berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Implora di Tangerang Selatan, dan layak untuk diteliti. Hasil analisis memberikan wawasan mendalam mengenai bermacam faktor yang berdampak pada proses pengambilan keputusan pembelian. Dari penelitian ini, dapat ditarik beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tangerang Selatan. Hal tersebut bermakna semakin terjangkau harga yang ditetapkan maka dapat meningkatkan dalam mengambil keputusan dari pelanggan. Ini juga menandakan bahwa penetapan strategi yang baik dalam penentuan harga sangat penting untuk menciptakan kepuasan dari pelanggan. Harga merupakan faktor kunci yang berdampak pada tindakan keputusan transaksi konsumen, khususnya pada industri perawatan. Hal ini menjadi salah satu pendukung sebuah produk untuk tetap berkembang dan menekankan harga yang berkualitas untuk dapat bersaing pada pasar.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tangerang Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pada produk yang diberikan pada pelanggan sangat bermakna bagi pembeli. Selain itu kualitas juga menunjukkan bagaimana pengaruh yang besar dalam keputusan pembeli dalam memilih produk. Mutu pada produk pada perusahaan berdampak pada tindakan keputusan transaksi pelanggan. Konsumen memiliki sebuah persepsi tersendiri terhadap mutu yang baik dan citra sebuah merek yang tinggi, semakin tinggi mutu pada produk positif pada pelanggan semakin besar peluang untuk memutuskan membeli produk.
3. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tangerang Selatan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik citra yang diberikan pada merek

maka akan mendorong rasa keputusan pembelian yang lebih tinggi lagi. citra sebuah merek pada perusahaan berdampak terhadap tindakan keputusan transaksi pelanggan. Dengan meningkatkan dan membangun keunggulan yang kompetitif pasar, citra merek berperan penting pada sebuah barang. Dengan citra pada merek yang tinggi, konsumen melalui cara lain memiliki sebuah pilihan tersendiri untuk membeli produk. Citra sebuah merek pada perusahaan berdampak terhadap tindakan keputusan transaksi pelanggan. Dengan meningkatkan dan membangun keunggulan yang kompetitif pasar, citra merek berperan penting pada sebuah barang. Dengan citra pada merek yang tinggi, konsumen melalui cara lain memiliki sebuah pilihan tersendiri untuk membeli produk.

4. Uji F: Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F sebesar 54.08 dengan nilai signifikansi 0,00, dapat disimpulkan hasil uji F, model regresi ini valid dan layak untuk penelitian.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil studi yang telah dilakukan, berikut saran-saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Kepada Pembaca

Penelitian berikut memberikan wawasan baik informasi maupun pengetahuan yang tak ternilai oleh penulis untuk paham dengan berbagai faktor apa yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di industri kecantikan lokal. Oleh karena itu, hasil penelitian berikut bisa dijadikan landasan bagi penulis untuk memperdalam ilmu dan juga kepandaian pembaca dalam aspek pemasaran (marketing) serta perilaku konsumen.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sumber yang berharga bagi peneliti berikutnya yang ingin mengeksplorasi tema serupa. Temuan dan kerangka kerja yang disajikan dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar yang kuat untuk studi-studi selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen, baik di industri kecantikan maupun di bidang lain yang relevan.

3. Kepada Perusahaan

- a. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki item yang mempunyai rata-rata paling rendah ada pada 'manfaat pada produk Implora sesuai dengan harga yang ditawarkan' memiliki nilai rata-rata terendah yaitu 3.30 dan yang memiliki kontribusi yang kecil. Perusahaan sebaiknya memprioritaskan peningkatan pada area ini seperti meninjau kembali struktur harga produk dengan membandingkannya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen. Jika manfaat produk dinilai rendah, harga dapat disesuaikan agar lebih kompetitif dengan produk sejenis di pasaran agar dapat meningkatkan keputusan pembelian secara keseluruhan.
- b. Penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas produk dengan item yang memiliki rata-rata paling rendah ada pada 'produk Implora memiliki kinerja pada kualitas produk yang konsisten dan dapat diandalkan' perlu mendapat perhatian lebih dari perusahaan. Dengan nilai mean sebesar 3.27, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengambil langkah strategis seperti produk Implora perlu diuji secara berkala untuk memastikan bahwa kinerjanya tetap sesuai dengan klaim yang dibuat perusahaan. Pengujian ini juga dapat membantu mengidentifikasi potensi masalah sebelum produk sampai ke konsumen guna mengatasi kekurangan tersebut.
- c. Berdasarkan hasil penelitian, citra merek dengan item rata-rata nilai terendah ada pada 'produk pada merek implora memiliki kualitas yang baik dan memberikan manfaat yang nyata' mempunyai nilai rata-rata terendah yaitu 3.34 yang menunjukkan bahwa aspek ini belum optimal. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan penyampaian informasi yang lebih jelas dan menarik tentang manfaat utama barang untuk pelanggan. Dengan meningkatkan media sosial, iklan, atau kemasan produk, dengan menyoroti manfaat nyata yang diperoleh dari produk Implora guna memenuhi ekspektasi dan kebutuhan sehingga dapat menaikkan keputusan pada pembelian.