

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk Skintific (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta). Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada produk Skintific dikalangan mahasiswa Yogyakarta.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi citra merek maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada produk Skintific dikalangan mahasiswa Yogyakarta.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada produk Skintific dikalangan mahasiswa Yogyakarta.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Skintific dikalangan

mahasiswa Yogyakarta.

B. Saran

Pada penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

- a) Berdasarkan hasil pengolahan data dari tanggapan responden kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terkait keputusan pembelian pada produk Skintific di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Disarankan agar kualitas produk Skintific tetap terjaga dan perlu meningkatkan daya tahan produk agar tidak mudah luntur sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Skintific.
- b) Berdasarkan hasil pengolahan data dari tanggapan responden, citra merek ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Skintific dikalangan mahasiswa Yogyakarta. Hal ini sesuai dengan citra merek yang memiliki pengaruh dominan pada keputusan pembelian sehingga harus menjadi perhatian utama. Oleh karena itu disarankan, Skintific harus meningkatkan reputasi perusahaan yang baik dengan selalu mengontrol, mengawasi, dan memperbaiki citra merek dengan melakukan promosi atau memasang iklan pada acara kecantikan. Dengan itu konsumen dari berbagai kalangan akan mengetahui dan ingin membeli produk ilmiah ini.
- c) Berdasarkan hasil pengolahan data dari tanggapan responden, persepsi harga ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian pada produk Skintific dikalangan mahasiswa Yogyakarta. Oleh karena itu disarankan, Skintific untuk terus memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih luas dengan menggunakan variabel lain yang tetap terakit dengan keputusan pembelian produk Skintific.
- b) Diharapkan mampu melakukan generalisasi pada sampel penelitian agar hasil yang didapatkan lebih akurat.

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS YOGYAKARTA