

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data pada bab IV maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Uji t
  - a. Gaya hidup (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Yogyakarta.
  - b. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline di kota Yogyakarta.
  - c. Citra merek (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline di kota Yogyakarta.
2. Koefisien Determinasi (*AdjustedR<sup>2</sup>*)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,721 atau (72,1%). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel gaya hidup, kualitas produk, dan citra merek menjelaskan besarnya variasi dalam keputusan pembelian adalah sebesar 72,1%, sisanya 27,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Setelah melakukan beberapa pengujian, terdapat beberapa yang dapat disampaikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dari tiga variabel yang diteliti, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline. Oleh sebab itu perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk dan citra merek. Semakin baik kualitas produk dan citra merek yang berhasil dibangun perusahaan akan meningkatkan penjualan kosmetik Maybelline.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Penelitian menyarankan untuk menggunakan metode yang berbeda dari metode penelitian ini, serta menambahkan variabel lain seperti promosi, harga, pendapatan, minat konsumen serta menambah jumlah responden supaya memberikan informasi terbaru