

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over di Kota Banjar. (Hipotesis 1 diterima).
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over di Kota Banjar. (Hipotesis 2 diterima).
3. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over di Kota Banjar. (Hipotesis 3 diterima).
4. Berdasarkan nilai Adjusted R² sebesar 0,596 atau 59,6% artinya bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek dapat menjelaskan pengaruh sebesar 59,6% terhadap variabel Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 40,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Dilihat dari hasil analisa regresinya, citra merek memiliki pengaruh terbesar dengan koefisien regresinya sebesar +0,589 oleh karena itu diharapkan perusahaan menjaga dan meningkatkan citra mereknya.

2. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek memiliki pengaruh sebesar 59,6% terhadap keputusan pembelian. Sebesar 40,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda seperti promosi dan saluran distribusi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini terbatas pada kalangan masyarakat di Kota Banjar yang menggunakan produk Make Over. Penulis berharap agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan melibatkan populasi dan sampel yang lebih luas.