BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah di Yogyakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah di Yogyakarta.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah di Yogyakarta.
4. Persentase pengaruh variabel independen (*brand ambassador*, kualitas produk, harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 85,3% sedangkan sisanya 14,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan uraian hasil riset dan keputusan yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya yang membutuhkan. Saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa *brand ambassador* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah. Maka dari itu, perusahaan sebaiknya tetap menjaga, mempertahankan serta harus pintar memilih *brand ambassador* yang mempunyai kredibilitas yang baik yang bisa mencerminkan produk lipstik Wardah, serta *brand ambassador* populer di kalangan masyarakat yang tentunya nantinya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengikuti atau membeli produk yang dipakai oleh idola mereka. Selain itu, dengan adanya perkembangan zaman di masa depan tentunya menjadikan sebuah perusahaan harus memiliki gambaran pekerjaan untuk masa depan, seperti adanya perkembangan teknologi maka produk lipstik Wardah dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut.
2. Dari hasil pembahasan menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Wardah. Maka dari itu, perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk agar konsumen mendapatkan manfaat sesuai dengan yang mereka inginkan. Adanya perubahan teknologi

mesin di masa depan yang dapat digunakan untuk pembuatan produk lipstik Wardah yang lebih berkualitas.

3. Dari hasil pembahasan diatas menunjukkan bahwa harga (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek wardah. Berdasarkan penelitian, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu Wardah harus mempertahankan harga yang sudah ada sekarang, tidak perlu menaikkan atau menurunkan harga yang sudah ada.