

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh dan pengujian yang sudah dilakukan terhadap pengaruh kualitas produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sebagai tolak ukur, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli lipstik Wardah.
2. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa harga yang kompetitif atau sesuai dengan persepsi nilai produk Wardah akan mendorong konsumen dalam membuat keputusan pembelian.
3. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang kuat dan positif dibenak konsumen akan berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian produk lipstik Wardah.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan Kesimpulan terdapat beberapa saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi *PT Paragon Technology and Innovation* (Produsen Wardah)

a. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk terbukti sangat mempengaruhi keputusan pembelian secara langsung. Maka dari itu, Wardah disarankan untuk senantiasa menjaga dan terus meningkatkan kualitas produk lipstiknya. Hal ini mencakup inovasi formula, pemilihan bahan baku berkualitas, variasi warna yang relevan dengan tren, serta daya tahan produk. Perbaikan kualitas secara terus menerus akan memperkuat loyalitas pelanggan dan menarik konsumen baru.

b. Harga

Mengingat harga dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Wardah masih perlu melakukan analisis harga yang cermat agar tetap kompetitif di pasar. Strategi penetapan harga harus sejalan dengan persepsi nilai produk yang ditawarkan, serta mempertimbangkan daya beli target pasar. Fleksibilitas dalam penawaran promosi atau diskon pada momen tertentu juga dapat menjadi strategi yang efektif.

c. *Brand Image*

Hasil temuan citra merek yang kuat dalam penelitian ini merupakan sebuah keuntungan. Wardah disarankan untuk terus memperkuat citra merek melalui kampanye pemasaran yang konsisten

dan relevan, melibatkan influencer atau public figure yang tepat, serta aktif dalam kegiatan *corporate social responsibility (CSR)* yang dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap merek yang sudah dibangun oleh Wardah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih banyak faktor di luar kualitas produk, harga dan citra merek yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, seperti pengaruh media social atau promosi, *word of mouth (WOM)* dan masih banyak lagi faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian lipstik Wardah.