

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang dilakukan, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini. kualitas produk Garnier harus terus ditingkatkan karena kualitas produk menjadi pertimbangan seseorang dalam melihat bagaimana sebuah produk itu. Dalam membeli sebuah produk, setiap orang pasti ingin produk yang dibeli seperti yang diharapkan. Apabila kualitas produk baik maka dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan pembelian.
2. Promosi berdampak positif terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini. Keputusan konsumen untuk membeli produk Garnier akan meningkat jika promosi yang dilakukan produk Garnier sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan
3. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini, harga produk Garnier terjangkau bagi konsumen dan karena kualitas dan keuntungan yang ditawarkannya sesuai dengan harapan konsumen, sehingga harga produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian pembeli.
4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli dalam penelitian ini, produk Garnier memiliki kualitas dan manfaat yang sesuai dengan harganya, semakin baik kualitas produk maka minat beli konsumen dapat

terbentuk, hal ini menunjukan bahwa kualitas produk Garnier terbilang baik oleh pelanggan.

5. Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli dalam penelitian ini, promosi yang dilakukan oleh Produk Garnier memiliki manfaat, kualitas yang baik serta harga yang terjangkau. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh produk Garnier maka dengan demikian promosi yang baik akan meningkatkan minat beli konsumen.
6. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli dalam penelitian ini, harga yang diberikan produk Garnier sangat sepadan dengan manfaat dan kualitas sehingga konsumen cocok untuk pelanggan untuk kebutuhan sehari hari, dengan demikian dengan harga yang baik dan sesuai dengan kualitas maka akan dapat meningkatkan minat beli konsumen.
7. Minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini, konsumen memiliki kepuasan terhadap kualitas produk Garnier dan memiliki kesenangan dalam menggunakan produk. Hal tersebut menunjukan jika minat beli merupakan faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian.
8. Minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini, produk Garnier memberikan mutu produk yang baik sehingga dapat memberikan pengaruh positif untuk selalu menggunakan produk Garnier. Berdasarkan hal tersebut naiknya minat beli keputusam pembelian juga akan naik.
9. Minat beli memediasi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, promosi yang dilakukan Garnier memiiki kesesuaian dengan produk dan

memilikipromosi yang baik. Hal tersebut menunjukan bahwa Promosi yang dilakukan produk Garnier dapat meningkatkan minat beli dengan kesesuain promosi, keputusan pembelian juga akan naik.

10. Minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, Garnier memiliki keterjangkauan harga dan memiliki daya saing yang baik dengan produk lain. Dengan demikian Garnier dapat memberi pengaruh kenaikan minat beli konsumen dan juga keputusan pembelian akan naik juga.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Perusahaan
 - a. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini, diharapkan produsen mampu mempertahankan atau bahkan mampu meningkatkan kualitas produk. Sehingga konsumen akan tetap setia menggunakan produk Garnier.
 - b. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, rodusen diharapkan dapat memenuhi fungsi promosi dasar, yaitu mempromosikan produk dan menumbuhkan keinginan untuk membeli produk Garnier. Dengan demikian, bauran promosi dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Garnier.
 - c. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu produsen harus mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas produk Garnier dan diharapkan dapat mempertahankan kualitas tersebut

dengan menggunakan strategi harga penetrasi produk.

- d. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli, oleh karena itu produsen harus terus meningkatkan kualitas produk dan manfaat yang sesuai untuk konsumen sehingga akan dapat meningkatkan minat pembelian konsumen terhadap produk Garnier. Karena semakin baik kualitas produk maka minat konsumen dapat terbentuk.
- e. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli, diharapkan produsen dapat mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitasnya dan juga mempertahankan harga yang dapat bersaing dengan produk lainnya hal tersebut dilakukan agar produk tetap diminati oleh pelanggan dan setia digunakan oleh pelanggan.
- f. Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli, dengan demikian produsen diharapkan dapat meningkatkan strategi promosi yang baik agar dapat menarik perhatian konsumen dan juga agar dapat lebih mengenalkan produk Garnier pada pasar yang lebih luas, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat pembelian konsumen pada produk Garnier.
- g. Minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, untuk itu produsen dapat melakukan beberapa strategi seperti promo, iklan yang menarik dan hadiah pada setiap pembelian produk agar dapat menarik perhatian dan keinginan konsumen untuk dapat mempengaruhi minat beli dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk Garnier.
- h. Minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka produsen membangun kepercayaan di benak konsumen

agar tetap menggunakan produk Garnier. Produsen perlu survey pasar untuk mengetahui keinginan konsumen dan trend pasar, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk.

- i. Minat beli memediasi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu produsen diharapkan dapat terus melakukan inovasi dalam melakukan promosi agar dapat terus menarik daya tarik konsumen untuk selalu menggunakan produk Garnier.
- j. Minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, produsen diharapkan dapat melakukan penetrasi harga pada produk lainnya, dan kemudian memberikan penawaran harga yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat, hal tersebut tentunya dapat meningkatkan pembelian produk Garnier.

2. Penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut seperti *digital marketing, brand awareness* dan *celebrity endorser*.

Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat menambah teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini peneliti menemui kendala beberapa responden yang kurang memahami dan meminta untuk dijelaskan kembali maksud dari pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner.

