

konsumen. Dalam pengambilan keputusan pembelian, kualitas produk dapat menjadi faktor kunci yang mempengaruhi apakah konsumen akan membeli produk tersebut atau tidak. Produk dengan kualitas yang baik cenderung lebih diminati dan mungkin mempengaruhi konsumen untuk mengambil langkah pembelian. Kualitas produk juga dapat membentuk reputasi merek dalam jangka panjang dan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Adapun ditinjau dari analisis deskriptif diperoleh hasil tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel kualitas produk menunjukkan rata-rata nilai indeks tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa produk Sunlight memiliki fungsi lebih cepat membersihkan kotoran dan mudah dibersihkan, responden juga menganggap produk Sunlight memiliki keragaman dan keunggulan sesuai dengan keinginan responden, dan responden menganggap produk Sunlight memiliki kemasan dengan daya tahan produk yang sangat baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramita et al., (2022) berjudul “Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal Terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terkait pengaruh harga, *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel mediasi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa harga produk Sunlight yang terjangkau dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika harga produk sesuai dengan nilai yang dirasakan pembeli atau anggaran mereka, pembeli cenderung puas dengan nilai produk tersebut, yang dapat meningkatkan minat pembeli dan mendorong mereka untuk membeli produk lain.
2. *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa reputasi produk Sunlight dapat tertanam di benak pelanggan melalui pengalaman pribadi. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, reputasi merek yang baik dapat menjadi faktor pembeda dan membantu Sunlight untuk tetap unggul.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa kualitas produk pada

produk Sunlight sudah sesuai ekspektasi dan harapan yang diinginkan oleh konsumen pada kualitas produk tersebut.

4. Harga berpengaruh terhadap minat beli produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap bahwa harga produk Sunlight sesuai dengan kualitas yang diberikan.
5. *Brand image* berpengaruh terhadap minat beli produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa *brand image* pada produk Sunlight sudah baik dan diyakini oleh konsumen.
6. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa konsumen umumnya merespon positif dan puas dengan produk yang memenuhi harapan mereka. Kualitas produk yang baik dapat menciptakan citra yang positif serta membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk Sunlight. dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif, kualitas produk tersebut dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan dan membantu Sunlight bersaing dengan produk sejenis dari kompetitor. Perusahaan harus terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produknya untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan serta mempertahankan minat beli mereka dalam jangka panjang.
7. Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sunlight dengan arah hubungan positif. Pernyataan ini sesuai dengan analisis deskriptif yang menyatakan bahwa semakin tinggi minat beli maka

konsumen semakin yakin untuk melakukan keputusan pembelian produk Sunlight.

8. Minat beli mampu memediasi hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa harga yang wajar dan harga yang mencerminkan nilai produk Sunlight dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Secara umum, ketika harga dianggap wajar dan sesuai dengan manfaat atau nilai produk, konsumen merasa puas dengan nilai yang diterimanya. Minat konsumen untuk membeli berdasarkan harga yang wajar dapat memotivasi mereka untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik.
9. Minat beli tidak mampu memediasi hubungan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik *brand image* yang dihasilkan pada produk Sunlight maka semakin tinggi minat beli terhadap keputusan pembelian.
10. Minat beli mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa tingkat kesesuaian kualitas produk Sunlight dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sesuai dengan keinginan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan terkait dengan kesimpulan penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

a. Harga

Disarankan produk Sunlight untuk dapat mempertahankan harga yang ditawarkan, karena konsumen cenderung memilih produk terjangkau dengan kualitas yang terbaik, dan semakin banyak promo yang diberikan juga berpengaruh untuk meningkatkan pembelian konsumen. Untuk berhasil dalam pemasaran dan memenangkan hati pelanggan dalam persaingan pasar, perusahaan harus menggunakan strategi penetapan harga yang tepat. Harga yang wajar dapat menarik pelanggan dan membantu produk Sunlight bersaing dengan produk serupa di pasaran.

b. *Brand Image*

Disarankan produk Sunlight untuk dapat mengedepankan ciri khas yang membedakan produk Sunlight dengan produk lain agar memudahkan konsumen untuk mengingat dan mengenali produk Sunlight.

c. Kualitas Produk

Disarankan produk Sunlight untuk tetap memperhatikan kualitas produknya agar produk tersebut sesuai dengan manfaat dan kegunaan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

d. Keputusan Pembelian

Disarankan produk Sunlight tetap memperhatikan faktor apa saja yang menyebabkan keputusan pembelian pada konsumen.

e. Minat Beli

Disarankan produk Sunlight tetap memperhatikan minat yang sesuai maka akan menimbulkan minat beli pada konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penelitian mengenai harga, *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti untuk menggunakan metode yang sama tetapi dengan objek penelitian dan sampel yang berbeda, menambah variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.