

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Garnier Di Kabupaten Banyumas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Artinya citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek maka akan membuat konsumen mudah mengingat Garnier dan meningkatkan keputusan pembelian pelembab Garnier.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Artinya kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan membuat konsumen semakin yakin untuk melakukan keputusan pembelian pelembab Garnier
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier. Artinya persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa

persepsi harga menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pelembab Garnier.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Artinya citra merek, kualitas produk dan persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek, kualitas produk dan persepsi harga akan meningkatkan keputusan pembelian pelembab Garnier.

5.2. Keterbatasan

Penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah namun demikian masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan antara lain :

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan hanya sebatas pada faktor citra merek , kualitas produk dan persepsi harga. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa implikasi terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar pihak manajemen pelembab Garnier tetap mempertahankan dan menjaga citra merek yang telah dibangun dengan baik. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen manajemen pelembab Garnier dapat memperkuat kepercayaan konsumen melalui sertifikasi dermatologis, kolaborasi dengan publik figur terpercaya, dan kampanye sosial bertema kecantikan alami, sehingga konsumen lebih yakin dan lebih tertarik memilih pelembab Garnier.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kabupaten Banyumas. Manajemen pelembab Garnier dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan cara memastikan formula yang digunakan efektif dan aman, menggunakan bahan alami seperti vitamin C, melakukan uji dermatologis untuk keamanan kulit, serta berinovasi agar produknya sesuai dengan kebutuhan berbagai jenis

kulit. Upaya ini membangun kepercayaan dan mendorong pembelian ulang dari konsumen.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Manajemen pelembab Garnier dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan menetapkan harga yang terjangkau untuk berbagai kalangan, menawarkan promo dan diskon rutin, serta memberikan nilai tambah seperti kemasan ekonomis. Strategi ini membuat konsumen merasa mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang sepadan, sehingga meningkatkan minat beli.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan– rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian. Implikasi teoritis pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis untuk variabel citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ita Nur Fitri (2022), menunjukkan adanya pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian. Artinya citra merek mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas .Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan May Sella Angga Raeni (2021), menunjukkan adanya hubungan pengaruh yang positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas produk mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis untuk variabel persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Garnier di Kabupaten Banyumas .Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Khusnul Khotimah dan Andri Nurtantiono (2021), menunjukkan adanya hubungan pengaruh yang positif persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Artinya persepsi harga mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian.