

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, serta manfaat yang diperoleh, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli produk *Hand and Body Lotion* Marina.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen. Artinya, semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, seperti kualitas bahan, manfaat, kenyamanan penggunaan, dan konsistensi produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
3. *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi, pengalaman positif, dan informasi yang diberikan oleh orang lain mengenai produk Marina mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4. Persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth*, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian namun belum diteliti, seperti citra merek, promosi, gaya hidup, kepercayaan konsumen, maupun kualitas pelayanan.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada kelompok usia maupun wilayah lain yang memiliki karakteristik konsumen berbeda.
3. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden sangat bergantung pada tingkat kejujuran, pemahaman, dan persepsi masing-masing responden. Kondisi tersebut memungkinkan adanya perbedaan antara jawaban responden dengan perilaku pembelian yang sebenarnya.

5.3. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan dua implikasi, yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Tempo Scan Pacific Tbk. dalam menyusun strategi pemasaran, khususnya untuk meningkatkan keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada konsumen Generasi Z di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth*.

1. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap harga menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pembelian, terutama berkaitan dengan keterjangkauan harga serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.

Perusahaan dapat mempertahankan harga *Hand and Body Lotion* Marina agar tetap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang diberikan. Selain itu, perusahaan dapat memberikan potongan harga atau penawaran harga khusus pada periode tertentu untuk memberikan pilihan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen. Perusahaan juga dapat menawarkan paket pembelian dengan harga

yang lebih hemat pada produk tertentu, sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat yang lebih sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, harga yang ditawarkan dapat tetap dipersepsikan sesuai dengan kemampuan konsumen dan sebanding dengan kualitas serta manfaat produk, sehingga dapat mendukung keputusan pembelian Hand and Body Lotion Marina pada Generasi Z di Kebumen.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hand and Body Lotion Marina. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kualitas produk agar tetap mampu memenuhi harapan konsumen.

Secara praktis, perusahaan dapat mempertahankan kemampuan Hand and Body Lotion Marina dalam memberikan kelembapan pada kulit sebagai salah satu manfaat utama yang dirasakan konsumen. Perusahaan juga dapat menjaga konsistensi kualitas dan hasil penggunaan produk, sehingga konsumen memperoleh pengalaman penggunaan yang baik pada setiap penggunaan maupun pembelian. Selain itu, aroma produk dan tampilan kemasan perlu tetap diperhatikan agar sesuai dengan selera konsumen dan memiliki penampilan yang menarik. Dengan

mempertahankan aspek-aspek tersebut, kualitas Hand and Body Lotion Marina dapat tetap terjaga dan pada akhirnya dapat mendukung keputusan pembelian Generasi Z di Kebumen.en.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari konsumen lain dapat menjadi salah satu pertimbangan Generasi Z dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan pengalaman penggunaan produk yang dapat mendorong konsumen untuk merekomendasikan Marina kepada orang lain.

Perusahaan dapat mempertahankan manfaat dan karakteristik produk yang sudah dikenal oleh konsumen, seperti manfaat dalam melembapkan kulit, aroma, dan tekstur produk. Hal tersebut dapat membantu konsumen memiliki pengalaman yang baik setelah menggunakan produk, sehingga ketika ada teman, keluarga, atau orang terdekat yang membutuhkan produk *hand and body lotion*, konsumen dapat merekomendasikan Marina berdasarkan pengalaman mereka sendiri. Dengan demikian, pengalaman konsumen dapat menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk mempertahankan *word of mouth* positif dan membantu memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, khususnya persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama atau sejenis.

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas produk, dan *word of mouth*. Ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, jika konsumen merasa harga produk sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima, maka mereka akan lebih yakin untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap harga dapat memengaruhi keputusan pembelian.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin besar keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan

teori (P. Kotler & Keller, 2016) yang menjelaskan bahwa kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

4. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, rekomendasi dan pengalaman positif dari orang lain dapat membuat konsumen lebih percaya dan lebih yakin untuk membeli produk Marina. Hasil penelitian ini mendukung teori (Lupiyoadi, 2013) yang menyatakan bahwa *word of mouth* dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

