

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan berikut ini:

1. Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, artinya dengan produk yang berkualitas tinggi cenderung memberikan kepuasan yang lebih besar kepada konsumen dan kepuasan ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena lebih memilih produk yang memenuhi ekspektasi mereka.
2. Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, artinya dengan adanya promosi lebih banyak orang menjadi tahu tentang Ms Glow dan dapat menarik perhatian para konsumen.
3. Persepsi Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, artinya karena jika konsumen menganggap harga produk tersebut sesuai dengan manfaat yang mereka terima maka mereka cenderung akan membelinya.
4. Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi dari kualitas produk yang baik, promosi yang efektif, dan persepsi harga yang wajar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada konsumen atas perbaikan kinerja suatu produk, dalam hal ini kualitas produk pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro belum sepenuhnya produk terdapat informasi tentang kadaluwarsa, sehingga menyebabkan ketidakpercayaan pada konsumen, disarankan pada karyawan lebih teliti kembali memeriksa produk yang tidak ada informasi kadaluwarsanya sebelum diberikan ke konsumen.

2. Promosi yang merupakan salah satu aspek penting kegiatan pemasaran, dalam hal ini promosi yang dilakukan Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro belum sepenuhnya konsumen tau mengenai produk tersebut khususnya wilayah metro dan disekitarnya, maka disarankan lebih dikembangkan kembali promosi yang dilakukan, baik itu secara online melalui media (Facebook, Instagram, Whatsapp, dll) ataupun offline melalui pameran produk.
3. Persepsi harga yang merupakan proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan menerjemahkan rangsangan informasi yang diterima. Dalam hal ini persepsi harga yang diterima Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro adalah mahal harganya, saran saya untuk diklasifikasikan/dikelompokkan harga-harga yang sesuai dengan pelajar atau dengan para pekerja, dalam hal ini adalah supaya konsumen merasa terjangkau dengan harga yang diberikan.
4. Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro yang merupakan salah satu toko skincare yang terbesar dikota Metro, dalam hal ini saran penulis lebih memperhatikan kembali, kualitas produk, promosi serta persepsi harga untuk para konsumen merasa nyaman, aman dan puas.