

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga dan daya tarik iklan terhadap minat beli produk lipstik Pixy (survey pada mahasiswi di Kabupaten Kuningan), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, kesesuaian harga, dan daya tarik iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk lipstik Pixy.
- b. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk lipstik Pixy. Artinya produk yang memiliki kualitas bagus akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.
- c. Kesesuaian Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk lipstik Pixy. Artinya kesesuaian harga yang diberikan oleh perusahaan jika sesuai dengan manfaat yang dirasakan maka hal ini akan meningkatkan pula minat beli produk tersebut.
- d. Daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk lipstik Pixy. Artinya iklan yang menarik dengan informasi yang jelas mampu meningkatkan minat beli konsumen.

#### 5.2 Saran

Saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, serta mengacu pada nilai kuesioner rendah diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan lipstik Pixy
  - a. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden pada variabel kualitas produk indikator kinerja (*performance*) memiliki skor rendah, Maka dari itu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produk yang mampu memberikan produk dengan komposisi/bahan baku yang baik terhadap kulit/bibir konsumen.
  - b. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden pada variable kesesuaian harga indikator daya saing harga memiliki skor rendah, maka dari itu, perusahaan harus mampu menetapkan harga jual dengan

mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh merek lain agar produknya dapat bersain di pasar.

- c. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden pada variabel daya tarik iklan indikator keinginan membeli produk dari pesan yang disampaikan memiliki skor rendah, maka dari itu perusahaan harus mampu memberikan informasi yang lebih mudah dipahami oleh konsumen dan iklan harus mampu menyampaikan keistimewaan/kelebihan dan manfaat dari suatu produk agar isi iklan yang disampaikan oleh lipstik Pixy mampu memberikan keyakinan untuk melakukan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Mengingat keterbatasan dalam penelitian ini, maka dimasa yang akan datang perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut dan lebih mendalam menyangkut kualitas produk, kesesuaian harga, dan daya tarik iklan dengan menyertakan variabel-variabel lain yang belum diteliti, misalnya *brand ambassador*, *brand image*, *electronic word of mouth* dan lainnya.