

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan pengolahan data menggunakan *SPSS ver. 26 for windows* pengaruh *brand image*, kesesuaian harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan), maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image*, kesesuaian harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk masker wajah Mustika Ratu.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika *brand image* ditingkatkan maka keputusan pembelian produk pada konsumen masker wajah Mustika Ratu akan meningkat.
3. Kesesuaian Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika kesesuaian harga yang diberikan oleh perusahaan jika sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen maka hal ini akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen masker wajah Mustika Ratu.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk masker wajah Mustika Ratu. Artinya produk yang memiliki kualitas bagus akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen masker wajah Mustika Ratu.

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 masker wajah Mustika Ratu
 - a. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, indikator merek terpercaya dan kualitas keseluruhan produk memperoleh skor dengan nilai rendah. Maka dengan itu peneliti

memberikan saran untuk meningkatkan keputusan pembelian pada produk masker wajah Mustika Ratu, maka perusahaan harus melakukan evaluasi mendalam terhadap elemen-elemen yang membentuk *brand image* dan kualitas produk. Ini dapat melibatkan analisis mendalam terhadap proses produksi, upaya meningkatkan kualitas produk, serta strategi branding yang lebih efektif untuk memperkuat citra merek yang dapat dipercaya dan menarik bagi konsumen. Dengan demikian, peningkatan skor pada indikator-indikator ini dapat memberikan dampak positif pada keputusan pembelian konsumen dan pada akhirnya, meningkatkan performa penjualan perusahaan..

- b. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan daya saing harga memperoleh skor dengan nilai rendah. Maka dengan itu peneliti memberikan saran Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada produk masker wajah Mustika Ratu, maka perusahaan harus memperhatikan kemampuan konsumen dan tingkat harga dari para pesaingnya. Pembeli akan membandingkan harga antara merek satu dengan merek lainnya ketika akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk.
- c. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, indikator keandalan dan kemudahan dipergunakan dan diperbaiki memperoleh skor dengan nilai rendah. Maka dengan itu peneliti memberikan saran untuk meningkatkan keputusan pembelian pada produk masker wajah Mustika Ratu, maka perusahaan meningkatkan kualitas produk tanpa menimbulkan efek samping setelah pemakaian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya mengingat berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, maka dimasa yang akan datang perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut, luas dan lebih mendalami menyangkut variabel *brand image*, harga, dan kualitas produk, sehingga dapat memberikan manfaat

yang lebih komprehensif bagi upaya meningkatkan kualitas produk. Selain itu diharapkan dapat menyempurnakan lagi penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.