

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis maka penulis menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Citra merek, persepsi harga dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa semakin baik citra merek, semakin positif persepsi konsumen terhadap harga suatu produk dan kepercayaan konsumen semakin tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada sabun cair kecantikan dan kebersihan merek Lux.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik citra merek produk, maka akan semakin meningkat juga keputusan pembelian konsumen pada sabun cair kecantikan dan kebersihan merek Lux.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin positif persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan, maka keputusan pembelian sabun cair kecantikan dan kebersihan merek Lux juga akan semakin meningkat.
4. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen pada produk, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen pada sabun cair kecantikan dan kebersihan merek Lux.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang telah dilakukan, besar harapannya dapat menjadi landasan atau acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada produk sabun cair Lux sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan atau target

yang telah ditetapkan di masa yang akan datang. Adapun beberapa poin dari hasil observasi penulis dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan sebagai berikut :

- a. Perusahaan Lux dapat memperkuat identitas merek yang lebih menonjol dan mampu membedakan produk dari kompetitor. Penguatan ini dapat dilakukan melalui peningkatan desain visual yang lebih menarik agar konsumen lebih mudah mengenali dan tertarik untuk membeli produk sabun cair Lux.
 - b. Perusahaan Lux perlu mempertimbangkan evaluasi terhadap kebijakan harga yang telah diterapkan. Penyesuaian harga yang lebih proporsional dengan manfaat yang dirasakan konsumen diharapkan dapat meningkatkan persepsi positif serta memperkuat daya saing produk di pasar yang kompetitif.
 - c. Perusahaan Lux diharapkan mampu meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan konsumen melalui inovasi produk yang lebih relevan. Salah satunya dengan menghadirkan produk yang disesuaikan dengan berbagai jenis kulit, sehingga konsumen merasa lebih nyaman dan aman dalam menggunakan produk sabun cair Lux, serta dapat memperluas penerimaan produk di berbagai segmen pasar.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penulis melakukan penelitian ini dengan berbagai keterbatasan yang diharapkan di masa yang akan datang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam terkait pengaruh citra merek, persepsi harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian dimana bisa menambahkan variabel - variabel lain sehingga hasil yang didapatkan lebih komprehensif dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.
 - b. Penelitian selanjutnya selain bisa menambahkan jumlah variabel, juga diharapkan dapat menambah jumlah sampel atau responden serta sasaran responden yang lebih spesifik, sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih merepresentasikan terkait variabel yang diteliti dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian.