

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Persepsi Harga berpengaruh terhadap Citra Merek *skin care* Jafra. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $= 2,352$ dan t tabel 1.97897 t hitung $2,352 > t$ tabel 1.97897 dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_1 yang menyatakan bahwa ada Pengaruh Langsung positif yang signifikan antara Persepsi Harga terhadap Citra Merek.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Citra Merek *skin care* Jafra Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Kualitas Produk diperoleh t hitung $= 11,019$ dan t tabel 1.97897 , t hitung $11,019 > t$ tabel 1.97897 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel bebas Persepsi Harga dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Citra Merek *skin care* Jafra sebesar $65,3\%$ dan sisanya sebesar $34,7\%$ merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Instansi
 - a. Untuk Persepsi Harga, hendaknya skin care Jafra disarankan menetapkan harga yang relatif stabil sesuai dengan gaya hidup masyarakat kalangan menengah, sehingga akhirnya dapat meningkatkan pembelian.
 - b. Untuk Kualitas Produk, disarankan untuk menetapkan harga beli produk *skin care* Jafra sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan disesuaikan dengan pendapatan masyarakat, sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang.
 - c. Untuk Citra Merek, disarankan untuk meningkatkan citra merek dengan cara melakukan promosi yang gencar produk *skin care* Jafra mudah di ingat oleh masyarakat. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat merek produk *skin care* Jafra agar semakin positif di mata konsumen.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini lain seperti Kualitas Pelayanan, Perilaku Konsumen, Promosi, dan Keputusan Pembelian yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh.