

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

**4**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan kualitas yang diberikan minyak angin aromaterapi *FreshCare* dinilai baik oleh konsumen sehingga mampu memberikan efek untuk melakukan pembelian terhadap produk minyak angin aromaterapi *FreshCare*.
2. Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi harga masih belum menjangkau untuk beberapa kalangan, sehingga masih perlu banyak perubahan yang dikembangkan kembali dari segi harga produk minyak angin aromaterapi *FreshCare*. Agar dapat bersaing juga dengan kompetitor sejenisnya.
3. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak angin aromaterapi *FreshCare* dibandingkan dengan variabel harga, karena hasil yang ditunjukkan lebih mendominasi kepada variabel kualitas produk.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak angin aromaterapi *FreshCare*. Dengan demikian implikasi manajerial hasil penelitian dapat dikembangkan berdasarkan hasil tersebut.

1. Untuk variabel kualitas produk harus tetap dijaga dan ditingkatkan supaya tidak kalah bersaing dengan produk kompetitor yang lain. Dengan adanya kualitas produk yang baik dan terus melakukan inovasi terbaru maka suatu produk tersebut akan tetap diminati oleh masyarakat meskipun banyak produk kompetitor bermunculan.
2. Untuk variabel harga diharapkan tetap bisa memberikan harga yang terbaik serta menjangkau semua segmen meskipun banyak juga produk kompetitor yang memiliki harga yang bersaing atau bahkan yang lebih rendah. Yaitu dengan cara memberi potongan harga bagi konsumen yang membeli dalam jumlah besar atau menekan harga jual namun tidak mengurangi kualitas produk tersebut.

