

BAB V

PENUTUP

5. 1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai variasi produk, kepercayaan konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL (Aulia Citra Lestari), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap variasi produk dari produk kosmetik ACL maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh PT Aulia Citra Lestari maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi alasan seseorang untuk mendorong seseorang melakukan keputusan pembelian.
4. Variasi produk, kepercayaan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ACL. Hal tersebut menyatakan bahwa jika harga yang rendah disandingkan dengan variasi produk yang diberikan memuaskan pelanggan, dan disandingkan dengan kepercayaan

konsumen yang memuaskan maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan sebuah saran atau bahan referensi sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan PT Aulia Citra Lestari untuk meningkatkan atau menambah nilai produk dan memperkuat branding dan melakukan strategi pemasaran yang tepat juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan harga produknya. Serta meningkatkan pemasaran secara online dari segi media sosial lainnya seperti instagram, facebook dan tiktok agar meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian Kosmetik ACL.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh promosi, kualitas produk, harga, Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu belum melihat secara keseluruhan variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan peneliti lain dapat menambahkan variabel-variabel yang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang kemungkinan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian agar peneliti selanjutnya dapat lebih sempurna lagi.
3. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai keputusan pembelian, serta ilmu pemasaran yang didapatkan dipenelitian ini seperti apa saja yang dilakukan saat promosi, bagaimana suatu produk harus memiliki kualitas, dan harga mempengaruhi sebuah keputusan

pembelian konsumen, berdasarkan teori yang didapatkan selama perkuliahan berlangsung.

