

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### A. Kesimpulan

Pemasaran mempunyai pengaruh signifikan akan keputusan pembelian customer. Pesan pemasaran yang mana dikirimkan perusahaan bisa berdampak akan persepsi konsumen akan produk serta merek lewat iklan, promosi, dan aktivitas pemasaran lainnya. Sehingga perusahaan hendaknya meyakinkan bahwasanya pesan disampaikan nya konsisten nilai kebutuhan, dan keinginan konsumen agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif. Berdasarkan Hasil pengujian serta uraian bab sebelumnya juga teoritis serta konsepsi penyokong penelitian berjudul Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada *Marketplace* Shopee di Jakarta Selatan. Dalam pengujian ini penulis menyimpulkan bahwa:

1. *Digital Marketing* menunjukkan pengaruhnya secara positif signifikan akan keputusan pembelian produk Wardah pada *Marketplace* Shopee di wilayah Jakarta Selatan. Jika semakin baik pemasaran digital maka kian tinggi keputusan pembelian akan produk tersebut. Ketika pemasaran digital terkait dengan produk yang ditawarkan, maka kian rendah keputusan pembelian produk tersebut.
2. Kualitas Produk menunjukkan pengaruhnya positif serta berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian produk Wardah pada *Marketplace* Shopee di wilayah Jakarta Selatan. Jika semakin baik kualitas produk yang diberikan sehingga kian optimal keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Apabila kualitas produk buruk maka akan rendah keputusan pembelian produk tersebut.
3. Persepsi Harga menunjukkan pengaruh positif serta berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian produk Wardah pada *Marketplace* Shopee di wilayah Jakarta Selatan. Semakin menarik harga suatu pemberian produk,

maka kian optimal kemungkinan konsumen akan memutuskan pembelian produk tersebut, artinya ketika persepsi harga meningkat maka akan mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian produk Wardah pada *Marketplace* shopee di wilayah Jakarta Selatan

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis serta simpulan sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya pada pengujian, penulis akan mengutarakan beberapa saran serta bisa menjadi kritikan masukan bagi Produk Wardah maupun berbagai merek kosmetik lain nya khususnya Wardah Official Store pada *Marketplace* Shopee, antara lain:

1. Hasil pengujian variabel pemasaran digital dengan analisis deskriptif dengan nilai terbesar yaitu pada indikator “kepercayaan” dengan skor 4.47 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “kemudahan” dengan skor 4.2. Artinya pemasaran digital produk kosmetik Wardah memiliki kemampuan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini harus terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan, informasi dan menghindari ketidakmudahan konsumen yang ingin membeli produk, yang pada akhirnya pemasaran digital produk Wardah akan semakin terasa manfaat nya bagi konsumen produk kosmetik Wardah. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Temuan uji variabel kualitas produk akan analisis deskriptif dengan nilai terbesar “keistimewaan barang dengan skor 3.99 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “kualitas” dengan skor 3.2. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Namun produk Wardah harus lebih fokus mengembangkan kualitas produk yang lebih baik dan memberikan manfaat yang sepadan agar konsumen dapat merasakan kualitas yang diberikan dibandingkan produk kosmetik lain. Hal ini diharapkan bisa lebih memberi kontribusi dalam meingkatkan keputusan pembelian.

3. Hasil pengujian variabel persepsi harga dengan analisis deskriptif dengan nilai terbesar yaitu pada indikator “Keterjangkauan harga” dengan skor 4.05 dan nilai terkecil yaitu pada indikator “Daya saing harga” dengan skor 3.3. Artinya harga yang ditawarkan produk Wardah memiliki keterjangkauan harga yang berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Namun produk kosmetik yang baik mengutamakan kualitas dan manfaat serta harga yang diberikan secara sepadan, sehingga keputusan pembelian dilakukan konsumen memilih produk Wardah dibanding merek produk lainnya.

