

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, penjelasan di bab-bab sebelumnya, serta pembahasan yang didukung oleh teori dan konsep terkait, penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Hanasui Pada Pelajar Sma Di Wilayah Kecamatan Ciracas" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga (X1) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) kosmetik Hanasui di kalangan pelajar SMA di wilayah Kecamatan Ciracas. Karena harga yang ditetapkan Hanasui sudah sesuai dengan nilai yang didapat konsumen, yang kemudian meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk kosmetik Hanasui.
2. Kualitas Produk (X2) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) kosmetik Hanasui di kalangan pelajar SMA di Kecamatan Ciracas. Karena kualitas produk yang diberikan oleh Hanasui sudah sepadan dengan yang didapat konsumen, yang kemudian meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk kosmetik Hanasui.
3. Preferensi Konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) kosmetik Hanasui di kalangan pelajar SMA di Kecamatan Ciracas. Karena semakin tinggi preferensi konsumen terhadap suatu produk, semakin besar pertimbangan yang diambil pelanggan saat membuat keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini serta kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat serta menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Persepsi Harga, Hanasui dapat memperkuat daya saingnya dengan menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas produk agar tetap sesuai dengan daya beli pelajar SMA. Strategi seperti penawaran diskon pelajar, bundling produk, atau program loyalitas, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Kualitas Produk, Hanasui dapat terus meningkatkan kualitas produk melalui inovasi bahan yang lebih aman dan sesuai untuk remaja, serta desain kemasan yang lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Preferensi Konsumen, Hanasui juga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan influencer yang relevan dengan target pasar untuk membangun kesadaran merek sehingga meningkatkan keputusan pembelian.