

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, dan Persepsi harga terhadap Keputusan pembelian Produk Moisturizer Skintific 5x Ceramide di Universitas Nasional, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Moisturizer Skintific 5x Ceramide pada pengguna gen z di Universitas Nasional. Hal ini dapat diartikan bahwa Citra Merek Produk Moisturizer Skintific 5x Ceramide mengalami peningkatan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Moisturizer Skintific 5x Ceramide pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional di Jakarta Selatan.
2. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Moisturizer skintific 5x Ceramide pada pengguna gen z di Universitas Nasional. Hal ini dapat diartikan bahwa Inovasi Produk moisturizer skintific 5x ceramide mengalami peningkatan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Moisturizer Skintific 5x Ceramide pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional di Jakarta Selatan.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Moisturizer skintific 5x Ceramide pada pengguna gen z Universitas Nasional. Hal ini dapat diartikan bahwa Persepsi Harga produk moisturizer skintific 5x ceramide mengalami peningkatan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Moisturizer Skintific 5x Ceramide pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional di Jakarta Selatan. Harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan Pembelian.

B. Saran

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka peneliti memiliki saran yang relevan untuk menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian, khususnya untuk produk Moisturizer Skintific 5x

Ceramide pada pengguna gen z di universitas nasional, Adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Citra Merek Moisturizer skintific 5x ceramide sudah baik karena mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Namun, Moisturizer skintific 5x ceramide harus lebih memperhatikan Kepribadian Merek (*Brand Personality*) skintific harus memiliki karakter tersendiri yang lebih kreatif dan unggul untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta agar dapat membedakan karakter dari merek yang lain. Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Inovasi Produk sudah baik karena berhasil menciptakan inovasi yang unggul pada moisturizer skintific 5x ceramide Namun, moisturizer Skintific 5x ceramide harus lebih ditingkatkan kehandalannya sehingga mampu memperbaiki lapisan kulit wajah, Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan pengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Persepsi Harga sudah baik karena berhasil menciptakan harga yang sesuai dengan kualitas produk Moisturizer skintific 5x ceramide Namun, moisturizer skintific 5x ceramide perlu memperhatikan keterjangkauan harga sehingga lebih sesuai dengan daya beli konsumen, Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan pengaruh terhadap keputusan pembelian