

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul “ Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada produk Minuman Berserat Fibe Mini di JakartaXBeauty” berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis persepsi harga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti bahwa jika terdapat peningkatan pada persepsi harga, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan pembelian juga. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan pada persepsi harga, maka akan mempengaruhi penurunan pada keputusan pembelian.
2. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti bahwa jika terdapat peningkatan pada kualitas produk, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada keputusan pembelian juga. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan pada kualitas produk, maka akan mempengaruhi penurunan pada keputusan pembelian.
3. Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bahwa jika terdapat peningkatan pada keputusan pembelian, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan pada promosi juga. Begitu juga sebaliknya, jika terdapat penurunan pada promosi, maka akan mempengaruhi penurunan pada keputusan pembelian

## B. Saran

Berdasarkan hasil riset yang telah dinyatakan peneliti ingin sedikit menyampaikan saran yang mungkin saja dapat menjadi pertimbangan bagi pihak Fibe Mini sebagai berikut :

1. Fibe Mini perlu memastikan bahwa harga produk dipersepsikan sebagai wajar dan sebanding dengan manfaat yang diberikan. Strategi penetapan harga yang kompetitif, seperti memberikan penawaran khusus atau diskon pada pembelian dalam jumlah tertentu, dapat meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan dengan jelas nilai tambah produk agar konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diperoleh.
2. Fibe Mini harus memastikan bahwa produknya memenuhi standar kesehatan dan memiliki rasa yang disukai konsumen. Uji coba produk dan pengumpulan umpan balik dari konsumen dapat membantu perusahaan memperbaiki formulasi dan mempertahankan kualitas. Sertifikasi dari lembaga terpercaya juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.
3. Promosi yang efektif dapat memperkuat citra produk dan mendorong pembelian. Fibe Mini dapat memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, terutama dengan konten yang menarik dan edukatif mengenai manfaat serat bagi kesehatan. Selain itu, penggunaan endorsement oleh influencer yang relevan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas basis pelanggan.