

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penelitian ini memperoleh hasil yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya, oleh karena itu mampu dihasilkan beberapa kesimpulan di antaranya.

1. Variabel pertama dalam penelitian yaitu kualitas produk (*product quality*) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife. Sehingga hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife. Hal ini juga menunjukkan hasil bahwa kualitas produk yang baik sangat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Herbalife.
2. Variabel kedua dalam penelitian yaitu harga (*price*) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife. Sehingga hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife. Hal ini juga menunjukkan hasil bahwa harga yang cenderung mengalami kenaikan atau penurunan secara signifikan memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Herbalife.
3. Variabel ketiga dalam penelitian yaitu promosi (*promotion*) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife. Sehingga hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife. Hal ini juga menunjukkan hasil bahwa adanya *event* promosi dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Herbalife.
4. Variabel keempat dalam penelitian ini yaitu kemasan (*packaging*) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife. Sehingga hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa variabel kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife. Hal itu juga memberikan hasil bahwa kemasan yang unik dan menarik juga memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Herbalife.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.
2. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari empat variabel yaitu *product quality, price, promotin and packaging* sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut.

1. Bagi konsumen diharapkan selalu memperhatikan kualitas produk yang digunakan oleh produk dengan tujuan untuk menjaga kualitas produk dan keamanan produk.
2. Bagi pihak Herbalife diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan strategi pemasaran serta memberikan informasi yang jelas sesuai dengan fakta dan diharapkan mampu memperhatikan review atau ulasan pelanggan dan memberikan respon terhadap komplain pelanggan mengenai produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diantaranya.
 - a. Bagi peneliti seharusnya diharapkan mampu dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian, dengan menambahkan variabel penelitian lainnya.
 - b. Variabel harga pada penelitian ini mempunyai hasil bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya guna memperdalam tentang pengaruh harga terhadap variabel independen yang lain.
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan produk Herbalife.