

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Larissa Aesthetic Center (Studi pada konsumen Larissa di Kabupaten Kudus)” terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Larissa Aesthetic Center di Kabupaten Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat tingkat kesadaran konsumen dalam memperhatikan kualitas dari produk Larissa Aesthetic Center.
2. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Larissa Aesthetic Center di Kabupaten Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan kesan positif terhadap merek dalam produk Larissa Aesthetic Center.
3. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Larissa Aesthetic Center di Kabupaten Kudus. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk Larissa Aesthetic Center.
4. Kualitas produk, citra merek dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Larissa Aesthetic Center di Kabupaten Kudus. Hal tersebut menandakan bahwa kualitas produk, citra merek dan promosi menjadi salah satu faktor terjadinya pembelian produk Larissa Aesthetic Center oleh konsumen.

B. Saran

1. Bagi Larissa Aesthetic Center

Menurut hasil penelitian ini masing-masing dari variable bebas yaitu kualitas produk, citra merek dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu untuk pihak Larissa Aestehtic Center yang fokus dibagian kecantikan harus tetap konsisten dalam mempertahankan kualitas produk dan citra mereknya. Selain itu Larissa juga harus tetap menjaga promosi kepada

seluruh para konsumen agar konsumen selalu tertarik dengan produk-produk yang ada di Larissa. Lebih dari itu Larissa disarankan untuk terus berkembang meningkatkan kualitas produk dan tetap menjaga citra mereknya dengan baik. Dengan itu diharapkan konsumen tetap setia terhadap produk yang ada di Larissa dan terus menjadi konsumen di Larissa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti lebih lanjut dapat menambahkan atau mengganti berbagai faktor yang dapat memengaruhi pilihan pembelian. Demikian juga, analisis lebih lanjut juga dapat membangun jumlah responden menjadi lebih tepat dan mencoba untuk melibatkan berbagai strategi dalam memimpin eksplorasi.

