

BAB 5

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada *body lotion* merek *scarlett* di *Mommy Sams Project*. Dari hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diberikan kesimpulan antara lain:

1. Variabel harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Mommy Sams Project*. Artinya semakin tinggi harga akan semakin mempengaruhi tingginya keputusan pembelian konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Mommy Sams Project*. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin mempengaruhi tingginya keputusan pembelian konsumen.
3. Variabel lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Mommy Sams Project*. Artinya semakin tinggi lokasi akan semakin mempengaruhi tingginya keputusan pembelian konsumen.

5.2 Keterbatasan

- a. Pada saat melakukan penelitian penyebaran kuesioner ditinggalkan di *Mommy Sams Project* karena adanya pandemi COVID-19.
- b. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan hanya 96 responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian pada *Mommy Sams Project*, sedangkan masih banyak konsumen yang melakukan pembelian *Body Lotion* Merek *Scarlett* yang belum diteliti.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Teoritis

- a. Bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan lebih lanjut dengan menambah variabel independen lain yang berpengaruh terhadap keputusan

pembelian serta melakukan wawancara saat penelitian dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya.

- b. Diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang akan digunakan sehingga dapat lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3.2 Saran Praktisi

Diketahui pada saat penelitian responden yang paling banyak melakukan pembelian berdasarkan usia adalah 17-26 tahun dan berprofesi sebagai mahasiswa. Maka upaya *Mommy Sams Project* untuk meningkatkan pembelian konsumen adalah:

- a. Meningkatkan kedua faktor tersebut karena terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian.
- b. *Mommy Sams Project* merupakan salah satu toko yang melayani penjualan berbagai produk kecantikan dengan bermacam merek yang saat ini selalu ramai dikunjungi oleh konsumen khususnya kaum milenial. Oleh karena itu *Mommy Sams Project* harus tetap mempertahankan kreativitas dalam mengembangkan usaha dan selalu berinovasi sesuai kebutuhan dan perkembangan zaman agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pada *Mommy Sams Project*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., dan Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224-231.
- Adipramita, V., dan Cempena, I.B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran, Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen* (Jem17). Volume 4, Nomor 1, Mei 2019, Halaman 80 – 90.
- Ghozali, Imam. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D.A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7, No. 3, November 2015.
- <https://scarlettwhitening.com/> (diakses pada 24 Maret 2021)
- Kotler, dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- _____. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Parktik dan Teori)*. Jakarta: PT.Salema Empat.
- Mukhlis, M.A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(1), 1-9.

- Neuman, W.L. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Prilano, Sudarso, dan Fajrillah (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Stanton, Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1* . Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. ALFABETA
- Tjiptono, dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Jakarta.
- _____. (2010). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuliantari, K. dan Widayati, K.D. (2020). Kualitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ABC. *Jurnal Perspektif*, 18(1), 60-67.