

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina di karesidenan Madiun. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada bab 4, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis1 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina diterima. Dengan kualitas produk yang dapat memberikan persepsi positif dibenak konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk. Semakin tinggi kualitas suatu produk maka semakin tinggi juga keputusan pembelian produk.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina diterima. Hal ini berarti promosi berperan penting dalam keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi promosi akan mempengaruhi semakin tingginya keputusan pembelian konsumen.

5.2 Keterbatasan

Hasil penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang membeli di karesidenan Madiun sehingga tidak bisa digunakan untuk menjelaskan hasil pada kota lain dengan merk yang sama

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan makater dapat beberapa saran sebagai berikut:

5.3.1 Saran akademis

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan lebih lanjut dengan menambah variabel lain selain kualitas produk dan promosi karena pada R^2 sebesar 44,8% sehingga masih 55,2 %.

5.3.2 Saran praktis

Saran praktis bagi konsumen yang akan membeli produk lipstik Emina di sarankan untuk sering melihat promosi yang di lakukan oleh Emina melalui Instagram dan Youtube, karena konsumen dapat melihat kualitas produk, varian dan berbagai warna lipstik Emina dengan lengkap dan jelas, di Instagram dan Youtube, sehingga konsumen lebih yakin membeli produk lipstik Emina.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, P. (2006) *Marketing Research for Beginner-Panduan Praktis Riset Pemasaran bagi Pemula*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Anggraini, dkk (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73 (1), 118 – 124.
- Basu, Swastha. (2001). *Manajemen Penjualan Cetakan kelima*. Yogyakarta: BFSE.
- Dewi Rosa, I. Iza Afalia & Zenitha M. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand and Body Lotion* Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra), 11(1): 83-94.
- Fatmala.(2018). Pengaruh citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *Journal Adminstrasi Bisnis*, 6 (4), 1455 – 1466.
- Ghozali.(2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Isnaini, dkk., (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen*, 4 (4), 1-9
- Kotler dan Armstrong.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (edisi 12).Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompete....* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal.(2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Nurmalasari Dias dan Istiyanto Budi (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, Promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstick merek wardah di kota Surakarta. *Jurnal sinar manajemen*, 8(01).

- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yulianty.Dkk (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstick Merek Wardah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal akuntansi, kewirausahaan dan bisnis*, 6(2) (142-145).