BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 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 kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Kualitas Produk yang didalamnya diukur melalui 7 indikator, yaitu kinerja, reliabilitas, kesesuaian, daya tahan, pelayanan, dan persepsi terhadap kualitas produk dari Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung. Dari ketujuh indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden yang tertinggi yaitu persepsi terhadap kualitas. Hal tersebut berarti para konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung yang dijadikan responden telah memiliki persepsi positif terhadap produk dari Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini yaitu reliabilitas, reabilitas adaalah probabilitas terjadinya kegagalan produk hal tersebut menindikasikan para konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk merasakan bahwa probabilitas kegagalan produk Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung masih harus ditingkatkan kembali

2. Kepercayaan Merek dalam penelitian ini diukur melalui 2 Indikator, yaitu *Brand Reliability*, dan *Brand Intention* juga terdapat indikator dengan skor teringgi yaitu pada indikator *Brand Reliability*. Hal tersebut menandakan para konsumen memiliki persepsi tersendiri mengenai merek Wardah Cosmetics. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator *Brand Intention* yang ditandai dengan belum terbentuknya intensitas pengenalan merek terhadap konsumen secara luas..
3. Keputusan pembelian Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung Bandung dapat diukur dengan 5 indikator yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Terdapat skor tanggapan responden tertinggi ada pada indikator perilaku pasca pembelian, artinya para konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung memiliki perilaku positif setelah melakukan pembelian Wardah Cosmetics. Sementara skor terendah ada pada indikator pencarian masalah, hal tersebut berarti para konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung merasa bahwa produk harus lebih ditingkatkan guna memecahkan masalah dan mengetahui kebutuhan konsumen atas produk Wardah Cosmetics
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian , hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualias produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung

5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian , hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics, maka penulis memberikan sedikit masukan agar dapat diterima , yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penerapan kualitas produk Wardah Cosmetics berada dalam kategori baik, namun terlebih lagi hal yang disarankan untuk ditingkatkan adalah reliabilitas suatu produk yang harus dilakukan oleh pihak Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung adalah mengganti formula atau bahan yang terkandung dalam produk Wardah yang sering mengalami kegagalan.
2. Kepercayaan Merek Wardah Cosmetics berada dalam kategori baik, namun masih rendah di indikator *Brand Intention* yaitu masih kurangnya keyakinan konsumen terhadap produk Wardah Cosmetics akan kemampuannya memenuhi kebutuhan konsumen dan hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh pihak Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung adalah dengan memberi informasi melalui sosial media tidak hanya melalui iklan dan brosur tentang kemampuan produk Wardah yang sesuai dengan masalah yang

dialami konsumen dan memberikan informasi tentang Produk Wardah berupa seminar secara gratis.

3. Keputusan pembelian konsumen pada produk Wardah Cosmetics berada dalam kategori cukup baik. Terdapat hal yang disarankan untuk ditingkatkan adalah pada indikator pemecahan masalah dimana konsumen masih belum bisa menemukan apa yang produk Wardah berikan untuk mengatasi kebutuhan dan masalahnya hal yang perlu dilakukan oleh pihak Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung adalah dengan menyediakan jasa yang menangani keluhan dan kebutuhan konsumen mengenai produk yang mereka butuhkan.
4. Pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics bisa dibilang baik, pada kondisi ini seharusnya dimanfaatkan perusahaan untuk membenahi kekurangan suatu produk misalnya dengan mengurangi atau mengganti bahan yang masih belum maksimal
5. Pengaruh antara kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics bisa dibilang baik, pada kondisi ini seharusnya dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan kembali pengenalan produknya kepada khalayak ramai dengan sering melakukan seminar tentang kosmetik wardah agar menambah keputusan pembelian konsumen,

Namun dibutuhkan penelitian lebih lanjut lagi untuk melihat hasil – hasil lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics ini.