

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan mengenai pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa harga lipstik Sariayu sesuai dengan pendapatan konsumen, kualitas produk lipstik Sariayu sesuai dengan harga yang ditawarkan, harga lipstik yang sesuai dengan harga lipstik dari *brand* lainnya dan kesesuaian isi kandungan lipstik dengan harga yang ditawarkan rata-rata mempunyai angka hampir sebesar 60%. Hal ini dapat membuktikan bahwa persepsi konsumen terhadap harga masih tergolong cukup tinggi di Mall Cipinang Indah. Selain itu, dapat diketahui bahwa para konsumen lipstik Sariayu di Mall Cipinang Indah sadar akan kebutuhan manfaat fungsional dari lipstik seperti melembab bibir dan tahan lama, namun para konsumen merasa ragu – ragu jika lipstik Sariayu merupakan pilihan yang terbaik. Selain itu, para konsumen juga merasa ragu – ragu untuk merekomendasikan lipstik Sariayu ke orang lain. Dari beberapa indikator yang disebutkan, hampir 50% responden merasa ragu, sehingga membuat tingkat keputusan pembelian lipstik Sariayu tergolong rendah.

2. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  yaitu  $8,579 > 1,984$  serta tingkat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Pengaruh antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian juga tergolong cukup kuat dan besar karena nilai dari uji  $r$  atau koefisien korelasi sebesar 0,663 dan nilai  $r^2$  atau koefisien determinasi sebesar 0,439 yang mempunyai arti 43,9% variasi pada variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi variabel persepsi harga. Sedangkan sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut.

### **1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, terutama hampir 50% responden merasa ragu-ragu terhadap pernyataan pada indikator harga sesuai dengan hasil yang diinginkan, pilihan terbaik, melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan ke orang lain. Peneliti berharap PT. Martina Berto Tbk. untuk tetap selalu memperbaiki kualitas lipstik Sariayu mulai dari isi kandungan atau formula lipstik dan penetapan harga lipstik agar dapat memberikan

hasil yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan begitu para konsumen akan beranggapan bahwa lipstik Sariayu merupakan salah satu lipstik pilihan terbaik. Hal itu akan membuat para konsumen melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan lipstik Sariayu ke orang lain.dengan pendapatan para konsumen dan menyesuaikan harga dengan kualitas produk.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat melakukan pengembangan terhadap penelitian ini dengan meneliti faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan lainnya.