

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap perempuan Generasi Z di kota Kediri, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, hasil penyajian data, dan hipotesis yang diajukan. Maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk *lip product* Wardah pada perempuan Generasi Z di kota Kediri berada dalam kategori cukup tinggi, dengan nilai *mean* sebesar 34,64 yang berada pada rentang $32,9 < X \leq 36,38$.
2. Keputusan pembelian *lip product* Wardah pada perempuan Generasi Z di Kota Kediri berada dalam kategori cukup tinggi, dengan nilai *mean* sebesar 43,14 yang berada pada rentang $41,27 < X \leq 45,01$.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan melalui uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 17,245 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,966, dan variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi $< 0,001$ yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka semakin tinggi pula keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,430 menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 43% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Wardah

Kualitas produk telah memperoleh penilaian cukup tinggi dari perempuan Generasi Z di Kota Kediri. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk perlu terus dilakukan, terutama dalam hal kenyamanan pemakaian, ketahanan warna, dan kesesuaian dengan kebutuhan kulit perempuan muda. Inovasi varian baru dan peningkatan pengalaman pengguna dapat mendorong keputusan pembelian yang lebih kuat di segmen ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 43% terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang belum tercakup, seperti harga, promosi, distribusi, atau yang lainnya. Yang mungkin berkontribusi terhadap 57% faktor yang belum dijelaskan. Peneliti juga dianjurkan untuk menggunakan sampel yang lebih luas, baik secara jumlah maupun sebaran wilayah, serta mempertimbangkan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif agar memperoleh hasil yang lebih mendalam dan menyeluruh.