

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang terdapat pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen produk kosmetik Wardah di Sambu Swalayan berada pada kategori cukup. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan terhadap data yang didapatkan dari kuesioner yang menunjukkan nilai rata-rata variabel persepsi (X) sebesar 63,60 berada diantara 59,748 dan 67,451.
2. Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Sambu Swalayan berada pada kategori cukup. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan terhadap data yang didapatkan dari kuesioner yang menunjukkan nilai rata-rata variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 58,97 berada diantara 56,047 dan 61,893.
3. Terdapat korelasi antara variabel persepsi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) yangmana hal ini didasarkan pada hasil uji korelasi *pearson product moment* yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05 dan tingkat korelasi yang dihasilkan adalah “sedang” sesuai dengan nilai r yakni 0,554 yang berada diantara 0,41 – 0,6. Berdasarkan hasil uji t untuk pengujian hipotesis mendapatkan hasil bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Sambu Swalayan. Variabel persepsi (X)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) yang didasarkan pada persamaan regresi yaitu $Y = 29,717 + 0,460X$ yang mana nilai koefisien b bernilai positif. Pengaruh positif yang dimaksud disini adalah jika terdapat penambahan nilai variabel persepsi (X) sebesar 1% maka nilai variabel keputusan pembelian (Y) juga akan naik sebesar 0,460. Selanjutnya berdasarkan nilai R^2 sebesar 0,306 yang berarti variabel persepsi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 30,6% sisanya sebesar 69,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan jawaban responden terhadap semua item soal yang ada didalam kuesioner yang kemudian dilakukan pengolahan terhadapnya, maka dapat diketahui bahwa tingkat persepsi konsumen produk kosmetik Wardah di Sambu Swalayan berada dalam kategori cukup baik. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat selalu mempertahankan kualitas baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Selain itu juga diharapkan perusahaan dapat meningkatkan inovasi untuk pengembangan produk yang lebih baik lagi guna mempengaruhi persepsi positif konsumen sehingga konsumen akan selalu percaya dengan produk kosmetik Wardah yang memungkinkan mereka akan merekomendasikan produk kosmetik Wardah kepada orang-orang di sekitarnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah ketika hendak melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebaiknya ditambahkan variabel lain selain persepsi, seperti kebudayaan (budaya, sub-budaya, kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (usia, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian), atau psikologis (motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap) supaya hasil penelitian selanjutnya lebih baik. Karena berdasarkan hasil penelitian ini, variabel persepsi tidak dapat menjelaskan 100% terkait variabel keputusan pembelian, melainkan dapat menjelaskan sebesar 30,6% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang mana dapat dijadikan tambahan variabel bebas untuk penelitian selanjutnya.