

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen diuraikan sebagai berikut:

1. Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti semakin baik suatu kemasan produk, maka keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut akan semakin tinggi.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti sesuainya harga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk semakin meningkat.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti semakin baik suatu kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut akan semakin tinggi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Etude House





Dari hasil penelitian diketahui bahwa kemasan, harga, dan kualitas produk Etude House berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka diharapkan Etude House selalu mempertahankan, meningkatkan, dan mengembangkan kemasan dan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen agar keputusan pembelian konsumen terhadap produk Etude House semakin tinggi. Demikian pula dengan harga, diharapkan harga yang ditawarkan Etude House kepada konsumen dapat disesuaikan dengan kualitas produk dan penampilan kemasan yang lebih baik, sehingga keputusan pembelian konsumen terhadap produk Etude House semakin tinggi.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain baik variabel *intervening*, variabel *independent*, maupun variabel *dependent*, seperti *Word of Mouth*, Kepuasan Pelanggan, Promosi, Loyalitas Pelanggan, *Brand Ambassador*, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang bisa dipelajari oleh banyak orang.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.