



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan berdasarkan pengolahan data pada bab IV, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Afeksi dan kognisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (lihat tabel 4.15).
2. Sebagian besar konsumen pertama kali mengetahui produk Lancome lewat teman atau keluarga. Sebagian besar konsumen juga tertarik untuk mencoba produk Lancome karena keluarga atau teman memakai produk tersebut.
3. Perilaku konsumen terhadap produk Lancome rata-rata sudah positif, dimana konsumen akan membeli dan menggunakan produk Lancome.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka penulis menyarankan hal sebagai berikut:

1. Karena sebagian besar konsumen tertarik untuk mencoba produk Lancome akibat word of mouth, dimana teman atau keluarga konsumen menggunakan produk tersebut dan memberi respon positif, maka Lancome harus tetap mempertahankan atau bahkan menaikkan kualitas produknya.
2. Dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Lancome, sehingga di masa depan perusahaan dapat melakukan tindakan –tindakan dan kebijakan yang dapat meningkatkan pembelian terhadap produk Lancome.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.