



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dihasilkan dari analisis data mengenai pengaruh Persepsi Harga serta Kualitas Produk pada pembelian ulang pelanggan pada produk perawatan kulit Skintific adalah :

1. Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pembelian ulang produk *skincare* skintific.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pembelian ulang produk *skincare* skintific.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang sudah dipaparkan, peneliti memberi beberapa rekomendasi sebagai masukan dan pertimbangan terkait penelitian ini. Saran-saran untuk produk perawatan kulit meliputi:

1. Perusahaan kiranya dapat menyajikan rangkaian perawatan kulit lengkap dengan harga yang lebih terjangkau daripada membeli setiap produk secara terpisah, serta skintific bisa menawarkan program loyalitas atau diskon reguler kepada pelanggan setia agar tetap mempertahankan daya saing harga di pasar.
2. Kualitas produk dari Skintific perlu dipertahankan seperti fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian, keandalan, bentuk, gaya, serta penyesuaian yang didasarkan pada hasil penelitian analisis deskriptif yang memperoleh nilai rata-rata setuju dan sangat setuju.