

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cream matte wardah pada mahasiswi STIE Putra Perdana Indonesia Citra Raya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji t, dapat diketahui bahwa variabel Harga (X1) tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dimana nilai thitung  $-1,358$  lebih kecil dari ttabel 100 responden sebesar 1.660 dengan sig  $0,178 > 0.05$ , dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan secara parsial Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) kosmetik Wardah.
2. Begitupun dengan variabel Kualitas Produk (X2) tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), dimana nilai thitung  $-1,375$  lebih kecil dari ttabel 100 responden sebesar 1.660 dengan sig  $0,172 > 0.05$ , dengan demikian dapat dikatakan

bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan secara parsial

Kualitas Produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) kosmetik Wardah.

3. Berdasarkan uji F Anova nilai  $F_{hitung}$  sebesar 1,983 dimana lebih kecil dari  $F_{tabel}$  100 sebesar 3,089 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,143 karena  $0,143 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) dan variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Cream Matte merek Wardah pada mahasiswi STIE Putra Perdana Indonesia Citra Raya.

### **B. Saran**

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan agar Kualitas Produk dipertahankan dan ditingkatkan agar Kepuasan Konsumen tetap harus terjaga dan terpercaya.
2. Disarankan memperhatikan Kualitas Produk Cream Matte dengan cara melakukan inovasi-inovasi baru, contohnya menyediakan jenis produk yang lebih

beragam kepada konsumen dengan kualitas yang baik dan membuat kemasan lebih menarik lagi.