

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di *V-chen Mediacart Clinic*. Hasil uji t, didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,251 < 1,9845 t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,214 > 0,05$ .
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian produk di *V-chen Mediacart Clinic*. Hasil uji t, didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,746 > 1,9845 t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di *V-chen Mediacart Clinic*. Hasil uji t, didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,754 < 1,9845 t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,083 > 0,05$ .
4. Promosi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian produk di *V-chen Mediacart Clinic*. Hasil uji t, didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,413 > 1,9845 t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

#### B. Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah :

1. *V-chen Mediacart Clinic* bisa membangun citra mereknya dengan melakukan beberapa inovasi pada produk kecantikannya, disetiap

kemasan produk selalu dicantumkan nama mereknya misalkan dengan merek *V-chen*, membuat website yang isinya tentang *V-chen Medica* *Clinic*, serta memberikan beberapa artikel yang menjelaskan tentang produk *V-chen Medica* *Clinic*.

2. Pihak *V-chen Medica* *Clinic* perlu meyakinkan konsumen bahwa kualitas bahan baku baik dan aman bagi kulit, serta upaya perbaikan atas kualitas produk selalu ditingkatkan, agar konsumen tetap puas dan selalu melakukan keputusan pembelian terhadap produk perusahaan.
3. Pihak *V-chen Medica* *Clinic* tetap memperhatikan harganya, dengan harga yang ditawarkan *V-chen Medica* *Clinic* harus dapat memberikan kualitas yang jauh lebih baik dari pada harga yang ditawarkan pesaing.
4. Mencari cara baru dalam berpromosi , misalnya dengan membuat iklan produk yang lebih kreatif dan inovatif, dan menggunakan konsultan kecantikan yang diperuntukkan bagi upaya perusahaan dalam menjelaskan manfaat produk kepada konsumen.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 100 responden.
2. Populasi pada penelitian ini terbatas pada *V-chen Medica* *Clinic* Madiun saja.
3. Faktor yang diteliti dalam penelitian ini meliputi citra merek, kualitas produk, harga dan promosi, masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

#### **D. Saran**

Berdasar hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberi saran agar kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah responden lebih banyak lagi.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor sosial, faktor budaya, dan lokasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Skripsi program strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Aristonandri, prima. 2006 . *Marketing Research for beginner*. Andi: Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Pt Rineka Cipta: Jakarta.
- Evelina.,dkk. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi. *Skripsi program strata-1 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi II. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardi SM, Robby.2013. Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Aneroid Sphygmomanometer Merek ABN di PT.ABDINUSA USAHA SEMESTA BANDUNG. Bandung: UNIKOM. <http://elib.unikom.ac.id>.
- Indriantoro nur dan supomo bambang.1999. *Metodologi penelitian bisnis*.Yogyakarta: BPF
- Irawan dan Swasta.2008.*Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta: Libery Yogyakarta.
- Kotler dan Armstrong.1997.*Manajemen Pemasaran Principles of Marketing 7e*. (Dasar-dasar pemasaran) terjemahan oleh Alexander Sindoro, (jilid 1 edisi Bahasa Indonesia).Jakarta: Prenhallindo
- Kotler dan Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*.Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller.2007. *Manajemen Pemasaran*.Edisi keduabelas jilid 1. Jakarta: PT.Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, Mudrajad. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi.2003.Jakarta: Erlangga

- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Mowen dan Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. jilid 2. Jakarta: PT Erlangga
- Mandey. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*
- Prasetyo, D dan Tanu, H. 2007. "Revitalisas Brand untuk meningkatkan Brand Awareness". [http://dewey.petra.ac.id/dgt\\_res\\_detail.php?knokat=4179](http://dewey.petra.ac.id/dgt_res_detail.php?knokat=4179).
- Petter, Paul dan Jerry Olson. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga..
- Purbarani. 2013. Analisis Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi program strata-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Sulistiyari. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Skripsi program strata-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Saladin. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Sarwono, Jonathan dan Tutty Martadiredja. 2008. *Riset Bisnis : untuk pengambilan keputusan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suciningtyas, Wulan. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia*.
- Supranto. *Metode Riset*. 2013. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2001. *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan keempat. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.cv.

Tjiptono,Fendy.2008. *Strategi Pemasaran*. Jogjakarta : CV Andi Offset.

Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.

Zaini.2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Peembelian. *Skripsi program strata-1 Jurusan Manajemen dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.