

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kelompok referensi, harga, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap peningkatan kelompok referensi maka keputusan pembelian akan meningkat
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap penurunan harga maka keputusan pembelian akan meningkat.
3. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.
4. Secara simultan semua variabel independen yaitu kelompok referensi, harga, dan ekuitas merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung sebesar 32,213 > F-tabel sebesar 2,704 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel kelompok referensi, harga, ekuitas merek, dan keputusan pembelian maka diharapkan peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, dll.
2. Bagi perusahaan untuk mempertimbangkan tentang kelompok referensi, harga dan ekuitas merek dalam meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen untuk memakai lipstik *Oriflame*.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis lain yang berbeda dengan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini serta memperbanyak jumlah responden.