

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Adapun simpulan dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Citra Di Shopee”, dapat uraikan sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 5.303 memiliki nilai lebih besar daripada t tabel 1.984 serta signifikannya 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee.
2. Kewajaran harga juga memiliki nilai t hitung sebesar 4.423 memiliki nilai lebih besar daripada t tabel 1.984 serta signifikannya 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga kewajaran harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee.
3. Citra merek juga memiliki nilai t hitung sebesar 5.485 memiliki nilai lebih besar daripada t tabel 1.984 serta signifikannya 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee.
4. Keputusan pembelian memiliki nilai f hitung sebesar 630.708 lebih besar dari f tabel 2.698 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05. Sehingga penelitian ini dapat menyatakan bahwa kualitas produk, kewajaran harga dan

citra merek memiliki pengaruh positif bersamaan terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee.

5.2 Saran

5.2.1 Produsen Produk Citra

Saran kepada Unilever selaku produsen produk Citra sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dengan memperhatikan masukan konsumen, seperti memperbaiki tekstur lotion agar tetap sesuai preferensi pengguna yang menginginkan kekentalan optimal dan sensasi tidak lengket di kulit. Dari sisi harga, Unilever disarankan untuk tetap mempertahankan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, karena banyak konsumen menilai produk ini "*worth it*" untuk dibeli dengan harga ekonomis. Lalu untuk memperkuat citra merek, Unilever dapat meningkatkan kampanye pemasaran yang menonjolkan keunggulan bahan alami, manfaat mencerahkan, serta memperkuat asosiasi Citra sebagai *brand* perawatan kulit yang terpercaya dan inovatif di Indonesia.

5.2.2 Konsumen Produk Citra

Kepada konsumen pengguna produk Citra juga harus berupaya memberikan testimoni positif terhadap produk Citra, menyampaikan keluhan atau masalah yang terjadi pada produknya melalui laman resmi dari Citra serta tetap menggunakan produk Citra yang disesuaikan dengan kebutuhan kulitnya

5.2.3 Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi atau pembandingan dalam hasil penelitian yang relevan dengan penelitiannya.