

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel independen (*Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Image* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian The Body Shop di Surabaya. Yang artinya, apabila citra merek sebuah produk semakin baik maka keputusan pembelian semakin naik, demikian pula sebaliknya.
2. Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian The Body Shop di Surabaya. Yang artinya, apabila kualitas produk sebuah merek semakin baik maka keputusan pembelian semakin naik, demikian pula sebaliknya.
3. Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian The Body Shop di Surabaya. Yang artinya, apabila persepsi harga sebuah produk semakin baik maka keputusan pembelian semakin naik, demikian pula sebaliknya.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil analisis variabel *Brand Image*, menunjukkan hasil bahwa indikator paling berpengaruh positif dan nilainya paling terhadap Keputusan Pembelian adalah indikator citra produk (*product image*). Untuk kedepannya di harapkan The Body Shop dapat *Brand Image* mempertahankan indikator citra produk yang sudah baik dan semakin ditingkatkannya dengan begitu konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.
2. Berdasarkan hasil analisis variabel Kualitas Produk menggunakan menunjukkan hasil bahwa indikator paling berpengaruh positif dan nilainya paling besar terhadap Keputusan Pembelian adalah kinerja (*performance*). Untuk kedepannya diharapkan The Body Shop dapat mempertahankan kualitas produk yang sudah baik dan meningkatkan faktor tersebut dengan harapan konsumen merasa puas dan melakukan pembelian berulang. Sehingga, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula keyakinan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil analisis variabel Persepsi Harga menunjukkan hasil bahwa indikator paling berpengaruh positif dan nilainya paling terhadap Keputusan Pembelian adalah indikator Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Dengan begitu, The Body Shop diharapkan dapat

mempertahankan dan meningkatkan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Sehingga, konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang belum diikutsertakan di penelitian ini sehingga diharapkan dapat melengkapi penelitian selanjutnya, seperti *Brand Trust* dan Promosi.