

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap Keputusan Pembelian konsumen Lipstik Maybelline serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Ambassador*

Brand Ambassador berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Ambassador* mampu memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk lipstik Maybelline terhadap konsumen yang ada di Surabaya, yang berarti semakin baik *Brand Ambassador* yang dipilih maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan para konsumen.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena mayoritas konsumen yang melakukan pembelian produk tersebut tidak menjadikan kualitas produk sebagai tujuan utama dalam keputusan pembelian produk tersebut melainkan hanya sekedar membeli kosmetik lipstik, banyaknya varian warna adalah alasan konsumen tertarik dan membeli produk tersebut.

3. Persepsi Harga

Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan mampu memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk lipstik Maybelline terhadap konsumen yang ada di Surabaya, yang berarti semakin baik Harga yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan para konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh penulis dari penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan pertimbangan serta

manfaat untuk kedepannya sebagai bahan pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Diharap perusahaan (PT. Loreal Indonesia) dapat mempertahankan *Brand Ambassador* serta menjalin kerjasama, apalagi jika *Brand Ambassador* tersebut terkemuka dalam industri kosmetik. Menggandeng para aktris yang memiliki banyak pengalaman dan penghargaan seperti Gigi Hadid ini dapat membantu meningkatkan visibilitas merek Maybelline dan memperluas jangkauan audiens target.
2. Diharap perusahaan (PT. Loreal Indonesia) dapat meningkatkan kualitas produk dan terus fokus terhadap pengembangan produk berkualitas tinggi. Oleh karena itu, PT. Loreal Indonesia harus terus berinovasi dalam pengembangan produk kosmetik yang unggul terutama lipstik dan memberikan kepuasan maksimal terhadap konsumen.
3. Diharap perusahaan (PT. Loreal Indonesia) dapat mempertahankan persepsi harga dan kualitas produknya, karena keputusan pembelian konsumen juga tergantung pada kualitas produk, jika produk bagus maka konsumen akan merasa puas dan berpikir bahwa produk tersebut kualitasnya sudah sesuai dengan harga yang diberikan serta tidak akan mengecewakan para konsumen.