BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Keamana Produk, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Eyeshadow palette* Pinkflash Pasca Isu Kandungan Produk Berbahaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keamanan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pinkflash. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi tingkat keamanan produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan.
2. Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pinkflash. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap merek, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan.
3. Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pinkflash. Hal tersebut menunjukkan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, berikut beberapa saran dari peneliti yang bisa digunakan untuk meningkatkan keputusan pembelian produk Pinkflash adalah:

1. Diharapkan Pinkflash dapat meningkatkan kualitas dan keamanan produk dengan melakukan pengawasan bahan baku yang lebih ketat *(proper test & quality control)* secara berkala serta memastikan produk telah memenuhi standar keamanan yang berlaku sehingga kandungan yang terdapat dalam produk tidak akan tercampur dengan bahan bahan kimia berbahaya yang dapat menyebabkan permasalahan kulit khususnya di area sekitar mata karna itu sangat krusial.
2. Diharapkan Pinkflash dapat mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek dibenak konsumen. Pinkflash bisa lebih proaktif jika mendapati permasalahan yang menyangkut produknya, transparansi informasi kandungan yang ada dalam produk, memiliki itikad yang baik terhadap konsumen, komunikasi dua arah yang baik dengan konsumen, menjaga konsistensi kualitas dan keamanan produk, serta dapat memberikan *win-win solution* jika terdapat *problem case* agar konsumen merasa yakin dalam menggunakan produk tersebut.
3. Diharapkan Pinkflash dapat mempertahankan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan keamanan produk. Pinkflash dapat mempertahankan kualitas produk dan keamanan produk agar konsumen tetap merasa harga yang ditawarkan sepadan dengan peforma, serta

berinovasi dalam strategi penetapan harga untuk memenangkan persaingan dalam pembelian *eyeshadow palette* di segmen menengah.

4. Dan untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah cakupan variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti *perceived risk, product knowledge, brand image dan electronic word of mouth* (E -WOM). Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada brand kosmetik lain dan menambah jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan akurat.