

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah di Surabaya. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan produk yang tinggi akan menciptakan keputusan pembelian yang tinggi.
2. Harga mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah di Surabaya. Hal tersebut menjelaskan bahwa keputusan pembelian yang tinggi tidak menciptakan keputusan pembelian yang tinggi pula.
3. Dukungan Selebriti mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah di Surabaya. Hal tersebut menjelaskan bahwa dukungan selebriti yang tinggi tidak menciptakan keputusan pembelian yang tinggi pula.
4. Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah di Surabaya. Hal tersebut menjelaskan bahwa gaya hidup yang tinggi tidak menciptakan keputusan pembelian yang tinggi pula.

5. *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah di Surabaya. Hal tersebut menjelaskan bahwa *Word of Mouth* yang tinggi akan menciptakan keputusan pembelian yang tinggi.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

1. Sebaran responden didominasi oleh mahasiswa/pelajar karena dalam penyebaran kuesioner dilapangan dibantu tiap-tiap kelompok pekerjaan dalam pekerjaan mahasiswa/pelajar lebih cepat penyebaran kuesioner dan *collect data*.
2. Responden kalangan remaja yang kurang mengenal bintang iklan Dewi Sandra yang ditampilkan pada kuesioner, jadi masih harus dibantu untuk mengingat kembali iklan kosmetik Wardah dengan selebriti Dewi Sandra.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka terdapat beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya seperti :

### A. Saran bagi perusahaan

Terdapat tiga variabel yang berpengaruh secara tidak signifikan yaitu variabel harga, dukungan selebriti, dan gaya hidup. Oleh karena itu saran untuk perusahaan mengenai variabel harga, dukungan selebriti, dan gaya hidup adalah sebagai berikut:

a. Harga

Saran terkait variabel Harga sebagai variabel yang berpengaruh secara tidak signifikan harus disikapi oleh kosmetik Wardah dengan memberikan hadiah pada beberapa pembelian dan juga Wardah tidak hanya memberikan potongan harga kepada beberapa produk saja tetapi Wardah bisa memberikan potongan harga kepada konsumen misalnya dengan menggunakan minimal pembelian untuk mendapatkan potongan harga.

b. Dukungan Selebriti

Saran terkait variabel Dukungan Selebriti sebagai variabel yang berpengaruh secara tidak signifikan harus disikapi oleh kosmetik Wardah dengan mengikuti selebriti yang sedang *in* di televisi-televisi pada saat ini. Selain itu, kosmetik Wardah harus mengurangi jumlah artis/selebriti untuk mencegah konsumen kebingungan terhadap bintang iklan dari Wardah.

c. Gaya Hidup

Saran terkait variabel Gaya Hidup sebagai Variabel yang berpengaruh secara tidak signifikan harus dikembangkan oleh kosmetik Wardah ialah kosmetik Wardah masih belum mendukung aktivitas konsumen, mudah luntur, dan masih belum bisa digunakan untuk berdandan tebal. Hal ini harus disikapi oleh kosmetik Wardah dengan membuat kosmetik dengan variasi lebih tahan lama dan bisa digunakan oleh konsumen untuk berdandan natural maupun berdandan tebal.

## B. Saran bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara tidak terstruktur dengan responden, responden mengatakan bahwa mendapatkan saran tidak hanya melalui orang terdekatnya saja melainkan melalui beberapa sosial media. Oleh karena itu variabel e-WOM akan menjadi variabel yang menarik untuk diteliti



## DAFTAR PUSTAKA

- Adetea P. R., James D.D. M., Ferdinand J. T. 2018. The Influence of Lifestyle on Purchase Decision of "GUESS" Branded Goods in Manado. *Jurnal Riset, Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3198–3207.
- Alfa Loudy A. 2014. The Influence of Koren's Celebrity Endorsement and Youth Buying Behavior on Youth Apparel Purchase Decision in Manado. *Jurnal Riset, Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 561–565.
- Awasthy, D., Banerjee, A., B. B. 2012. *Understanding The Role of Prior Product Knowledge to Information Search*.
- Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani, H. A. 2017. The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5), 507–512.  
<https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Desy Purwanti A., Martinus Febrian A. 2010. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian di Kopitiam Oey Surabaya, 551–562.
- Irene Christine Tamon, Sifrid S. Pangemanan, M. P. 2017. A Study of Word Of Mouth Related to Consumer Purchase Decision of Wooden Furniture on Leilem Village. *Jurnal Riset, Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3366–3374.
- Laras Laras Ayu Wijayaningrum, Andriani Kusumawati, I. P. N. 2018. The Effect of Celebrity Endorser on Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decision. *Administrasi Bisnis*, 60(3), 78–86.
- Maukar Gita Bysella, S.L.H.V. Joyce Lapien, Willem J.F.A Tumbuan. 2018. Analysis the Influence of Product Knowledge, Sale Promotion, and Price Towards Consumer Purchase Decision at Meikarta Consumer in Manado. *Jurnal Riset, Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1538–1547.
- Nur A'mirah Hassan Basri, Roslina Ahmad, F. I. A., K. A. I. 2016. Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision : Malay upscale restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Selvakumar, J. J., & Raghavan, N. R. 2017. Influence of Lifestyle and Attitude on Online Shopping. *Asia Pacific Journal of Research*, (Lv), 24–30.

Sri Wahyuni & Mervianna Ginting 2017. The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Purchasing Decision on The Astra Motor Products in Jakarta. *Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.

Sugiyono. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel*.

[www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id)

[www. grafik+penggunaan+kosmetik+di+indonesia](http://www.grafik+penggunaan+kosmetik+di+indonesia)

