

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Garnier *Skin Naturals Micellar Cleansing Water All-In-1* (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Jambi)” ialah:

1. Secara parsial, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk garnier *Skin Naturals Micellar Cleansing Water All-In-1* di Universitas Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun produk Garnier dikenal memiliki berbagai klaim mengenai kualitasnya, Penilaian konsumen terhadap kualitas produk Garnier tersebut tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mahasiswa dan mahasiswi dalam melakukan pembelian. Banyak konsumen yang mungkin lebih mempertimbangkan faktor lain, seperti harga dan kemudahan akses, daripada hanya fokus pada kualitas produk itu sendiri. Dalam hal ini, dapat dipahami bahwa persepsi terhadap kualitas tidak selalu sejalan dengan keputusan pembelian. Mahasiswa dan mahasiswi cenderung mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Dengan demikian, meskipun Garnier menawarkan produk yang berkualitas, hal itu tidak menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Jambi untuk memilihnya dibanding merek lain di pasaran.
2. Secara parsial, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Garnier *Skin Naturals Micellar Cleansing Water All-In-1* di Universitas Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk kecantikan, salah satu faktor utama yang mereka perhatikan adalah harga. Produk Garnier, yang dikenal dengan kualitasnya yang baik, ternyata menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan merek lain yang sejenis. Dengan demikian, banyak mahasiswa dan mahasiswi S1 di Universitas

Jambi yang memilih Garnier karena mereka merasa mendapatkan nilai yang lebih baik untuk uang yang mereka keluarkan. Fakta ini membuktikan bahwa strategi penetapan harga yang dilakukan oleh Garnier efektif dalam menarik perhatian dan minat konsumen, serta memberikan keunggulan kompetitif di pasar.

3. Secara simultan (F) kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk garnier *Skin Naturals Micellar Cleansing Water All-In-1* di Universitas Jambi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua faktor ini saling berinteraksi dan memiliki peranan penting dalam menentukan pilihan konsumen. Kualitas produk yang tinggi, seperti kemampuan membersihkan dan menjaga kesehatan kulit, menjadi salah satu pertimbangan utama bagi pengguna, sementara harga yang terjangkau membuat produk ini lebih mudah diakses oleh mahasiswa dan mahasiswi. Kombinasi dari kedua aspek ini menciptakan daya tarik yang kuat, di mana konsumen merasa mendapatkan produk yang tidak hanya efektif tetapi juga sesuai dengan anggaran mereka. Dengan demikian, keputusan pembelian tidak hanya dipicu oleh satu faktor saja, melainkan oleh sinergi antara kualitas dan harga yang membuat Garnier menjadi pilihan populer di kalangan pengguna mahasiswa S1 di Universitas Jambi.

6.2 Saran

1. Kualitas produk adalah serangkaian sifat dan karakteristik yang memenuhi harapan konsumen, disarankan sebaiknya Garnier lebih fokus pada pemasaran yang menonjolkan nilai dan manfaat produknya, serta meningkatkan komunikasi tentang kualitas. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan harga dan kemudahan akses agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, kampanye edukasi tentang keunggulan produk dapat membantu membangun persepsi positif di kalangan mahasiswa, meningkatkan minat dan keputusan pembelian mereka. Dari penelitian ini juga disarankan ada beberapa hal yang masih perlu diteliti, seperti “Mengapa produk sebaik Garnier *micellar water* yang

mendapatkan penghargaan dan terlaris di pasaran mendapatkan persepsi kualitasnya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” yang mana ini menunjukkan konsumen tidak lagi mengharapkan Garnier micellar water untuk menaikkan kualitas tetapi menurunkan harga Garnier *micellar water*.

2. Untuk perusahaan Garnier, disarankan sebaiknya terus menjaga harga kompetitif sambil mempertahankan kualitas produk. Penting juga untuk melakukan promosi yang menekankan nilai dan keunggulan produk agar konsumen melihat manfaatnya, bukan hanya harga. Riset pasar secara berkala akan membantu Garnier menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan tren konsumen.
3. Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan, disarankan agar pihak Garnier terus meningkatkan kualitas produk sambil menjaga harga tetap terjangkau. Penting untuk memadukan informasi tentang efektivitas produk dan nilai ekonomisnya dalam pemasaran. Garnier juga bisa meluncurkan promosi atau paket bundling untuk memberi lebih banyak nilai kepada mahasiswa. Selain itu, survei pasar secara berkala akan membantu menyesuaikan strategi dengan tren dan preferensi konsumen.