BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis tentang Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada skincare scarlett whitening di Kota Jambi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai harga dengan persepsi konsumen terhadap nilai produk, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan keseimbangan antara harga dan kualitas sebelum membuat keputusan pembelian.
2. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa citra merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Semakin positif persepsi konsumen terhadap suatu merek, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih dan membeli produk tersebut dibandingkan dengan merek lain.
3. Harga dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi harga yang kompetitif dan citra merek yang kuat dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang sesuai dengan anggaran mereka tetapi juga memperhatikan citra merek dalam menilai kualitas dan kepercayaan terhadap suatu produk.

6.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Saran bagi perusahaan skincare scarlett whitening untuk tetap menjaga citra merek yang di miliki karena dengan adanya citra merek yang bagus bisa menjadikan perusahaan semakin berkembang dan terkenal dikalangan

konsumen. Dengan adanya citra merek yang baik bisa menghadapi pangsa pasar yang baru dikalangan per skincare-an.

2. Scarlett Whitening harus mempertimbangkan strategi penetapan harga yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas produk karena harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk menarik pelanggan untuk membeli produk mereka, bisnis dapat menawarkan berbagai penawaran menarik seperti program loyalitas pelanggan, diskon bundling, atau gratis ongkir . Dengan cara ini, pelanggan akan merasa mendapatkan Nilai lebih dari harga yang mereka bayarkan.
3. Karena penelitian ini hanya fokus pada pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk skincare, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, atau kepuasan pelanggan.