

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini akan dibahas mengenai simpulan dari hasil analisis penelitian ini dan saran-saran dari peneliti.

A. Simpulan

Dalam penelitian ini membahas tentang Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis, semua item pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid dan reliabel. Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas, uji regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis dan pembahasan, maka simpulan yang dapat dikemukakan adalah:

1. Dari hasil analisis uji t, menunjukkan bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel proses keputusan pembelian *mascara* Maybelline.
2. Dari hasil analisis uji t, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel proses keputusan pembelian *mascara* Maybelline.

3. Dari hasil analisis uji t, menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel proses keputusan pembelian *mascara* Maybelline.
4. Dari hasil analisis uji F, menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel proses keputusan pembelian *mascara* Maybelline.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberi saran-saran:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan citra merek, kualitas produk maupun harga agar hasil penelitian dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan ukuran sampel lebih banyak agar hasil penelitian lebih maksimal kedepannya.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah penelitian empiris untuk mendukung hasil penelitian.
4. Bagi peneliti lain diharapkan lebih memperhatikan faktor-faktor lain di luar penelitian ini seperti faktor promosi, kepuasan, dan lain-lainnya yang akan berdampak pada hasil penelitian, sehingga lebih memperbaiki hasil dari penelitian yang akan dilakukan.