

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu melihat seberapa besar pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Amara Cosmetics, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hubungan antara variabel x (persepsi kualitas) dengan variabel y (keputusan pembelian) memiliki korelasi sedang.
2. Persepsi kualitas berpengaruh positif atau memiliki hubungan yang searah terhadap keputusan pembelian Amara Cosmetics di Instagram. Apabila variabel x ditingkatkan maka variabel y juga akan ikut naik.
3. Tingkat kontribusi persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian hanya sebesar 25,9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.
4. Bersumber dari hasil uji hipotesis atau uji-t, telah terbukti adanya pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Amara Cosmetics pada para *followers* @amarakids di Instagram. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penelitian pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Amara Cosmetics di Instagram, peneliti berikan beberapa saran yang dianggap relevan berdasarkan hasil penelitian:

1. Pernyataan tidak setuju dengan frekuensi paling banyak terdapat pada variabel x (persepsi kualitas) terdapat pada pernyataan 7 “Saya akan membeli lagi produk Amara Cosmetics bila telah habis” sebanyak 6% dari keseluruhan responden. Pernyataan ini merupakan representasi dari indikator “keandalan” (*reliability*). Yang artinya, responden tersebut belum sepenuhnya percaya dengan keandalan

Adinda Maharani Putri, 2021

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK AMARA COSMETICS FOR KIDS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Followers Instagram Official Account @amarakids)
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

produk Amara Cosmetics. Hal ini dikarenakan karena konsumen semakin cerdas dalam memilih produk. Maka dari itu, diharapkan pihak Amara Cosmetics meningkatkan kualitas dari produknya dan iklan serta *campaign digital* di Instagram.

2. Pernyataan dengan jawaban tidak setuju terbanyak pada variabel y (keputusan pembelian) terdapat pada pernyataan 22 “Saya akan tetap membeli produk Amara Cosmetics walaupun ada kenaikan harga” sebanyak 10% dari 100 responden. Pernyataan tersebut merupakan bagian dari indikator “yakin untuk membeli”. Hal ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor tingkat ekonomi, psikologi dan lainnya. Mengingat bahwa penelitian ini dilakukan saat pandemi Covid-19, iklim ekonomi di Indonesia sedang tidak stabil dan menyebabkan pendapatan masyarakat berkurang.

Maka dari itu, diharapkan untuk pihak Amara Cosmetics memberikan tawaran menarik seperti potongan harga dan lainnya. Hal ini juga dijadikan peluang bisnis bagi Amara Cosmetics karena adanya karantina mandiri dan anak-anak mengurangi aktivitas di luar rumah. Amara Cosmetics bisa dijadikan alat untuk meredakan kebosanan anak.