

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen di Kota Semarang” dengan menggunakan 134 responden pengguna, didapatkan berbagai kesimpulan, yaitu:

1. Harga (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang positif dan kuat dengan keputusan pembelian, yang berarti semakin sesuai harga yang ditetapkan oleh Scarlett Whitening, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu kemenarikan harga produk dibandingkan dengan produk kompetitor, agar persepsi konsumen terhadap daya tarik harga produk Scarlett Whitening dapat semakin meningkat.
2. Kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat dengan keputusan pembelian, yang berarti semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Scarlett Whitening, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu daya tarik desain kemasan produk, agar produk

memiliki tampilan yang lebih menarik dan mampu meningkatkan minat beli konsumen.

3. Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki hubungan dengan keputusan pembelian, yang berarti semakin sesuai harga yang ditetapkan serta semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Scarlett Whitening, maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu frekuensi pembelian produk, mengingat pembelian produk belum dilakukan secara rutin oleh seluruh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki keyakinan dalam memilih produk, bersedia merekomendasikan, serta memiliki niat untuk membeli ulang, masih diperlukan upaya untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian secara lebih konsisten.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan harga dan kualitas produk agar lebih optimal dan efektif:

1. Harga dari Scarlett Whitening dinilai sudah baik oleh responden. Akan tetapi, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu kemenarikan harga dibandingkan produk kompetitor. Untuk mengatasi hal tersebut, Scarlett Whitening dapat melakukan evaluasi harga secara berkala terhadap produk sejenis di pasaran serta memberikan penyesuaian harga seperti potongan harga,

paket bundling, atau diskon pada momen tertentu agar harga produk terlihat lebih menarik bagi konsumen.

2. Kualitas produk Scarlett Whitening dinilai sudah baik oleh responden. Namun demikian, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu daya tarik desain kemasan produk. Untuk mengatasi hal tersebut, Scarlett Whitening dapat melakukan pembaruan desain kemasan agar terlihat lebih modern, menarik, dan sesuai dengan selera konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat beli serta memperkuat kualitas produk.
3. Keputusan pembelian produk Scarlett Whitening dinilai sudah baik oleh responden. Namun demikian, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu frekuensi pembelian produk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki keyakinan dalam memilih produk, bersedia merekomendasikan kepada orang lain, serta memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang, pembelian produk belum dilakukan secara rutin oleh seluruh konsumen. Untuk mengatasi hal tersebut, Scarlett Whitening dapat meningkatkan strategi pemasaran yang mendorong keputusan pembelian, seperti memberikan promo berkala, paket bundling produk perawatan kulit, serta program loyalitas bagi konsumen. Selain itu, perusahaan juga dapat memperkuat edukasi mengenai manfaat penggunaan produk secara berkelanjutan agar konsumen terdorong untuk melakukan pembelian secara lebih konsisten sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit mereka.
4. Perlu dilakukan penelitian lanjutan, dimana penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain di luar harga dan kualitas produk,

seperti promosi, citra merek, kepercayaan konsumen, maupun pengaruh media sosial. Dengan menambahkan variabel tersebut, diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Scarlett Whitening.