

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 responden yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk lipstik Revlon termasuk ke dalam kategori baik. Namun, masih terdapat persepsi yang kurang baik yaitu mengenai kemasan dari lipstik Revlon dan daya tahan lipstik dalam penggunaan produk lipstik Revlon.
2. Variabel *word of mouth* lipstik Revlon termasuk ke dalam kategori baik. Namun, masih terdapat persepsi yang kurang baik yaitu frekuensi komentar positif masih kurang banyak.
3. Variabel keputusan pembelian lipstik Revlon termasuk ke dalam kategori baik. Namun masih terdapat konsumen didalam perilaku konsumen, membutuhkan jangka waktu yang lama dan membutuhkan pertimbangan-pertimbangan dalam memutuskan membeli produk lipstik Revlon, serta tidak menjadikan produk lipstik Revlon sebagai prioritas pilihan.
4. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Revlon.

5. Variabel *word of mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Revlon.
6. Variabel kualitas produk dan *word of mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Revlon.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian lipstik Revlon. Adapun saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu:

1. Dalam meningkatkan *word of mouth* perusahaan hendaknya memberikan media komunikasi yang mudah diakses agar konsumen dapat memberikan *review* atau *feedback* terhadap produk yang telah dibeli, dan perusahaan dapat memberikan *reward* bagi konsumen yang ingin memberikan testimoni, misalnya memberikan diskon pada pembelian berikutnya, serta menargetkan *influencer* yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sebuah keputusan yang digunakan perusahaan untuk melakukan *review* atau memberikan testimoni terhadap lipstik Revlon melalui *social media*.
2. Perusahaan hendaknya meningkatkan kualitas produk lipstik Revlon dengan menjadikan perhatian perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kemasan produk dan meningkatkan daya tahan dalam penggunaan produk lipstik Revlon.

3. Bagi penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penellitian, ternyata masih ada variabel-variabel lain diluar variabel kualitas produk dan *word of mouth* seperti harga dan iklan, serta diharapkan untuk melakukan wawancara dengan memberikan arahan tentang pemahaman dari setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner, agar setiap responden dapat memahami maksud dari item pertanyaan dan menghasilkan jawaban yang benar-benar sesuai dengan kondisi yang dialami responden, sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih baik dari penelitian ini.