

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Harga mempengaruhi *Brand preferences* pada produk Wardah di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang tinggi selalu sebanding dengan kualitas dan manfaat sehingga akan mempengaruhi pilihan konsumen pada produk merek Kosmetik Wardah. Oleh karena itu harga mempengaruhi *brand preferences* pada produk kosmetik Wardah.
2. Variabel *Perceived Quality* mempengaruhi *Brand preferences* pada produk Wardah di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasakan bahwa produk Kosmetik Wardah ini merupakan sebuah produk kecantikan yang berkualitas baik. Semakin tinggi kualitas yang dirasakan konsumen maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap pilihan merek konsumen.
3. Variabel *Trust* mempengaruhi *Brand preferences* pada produk Wardah di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa apabila konsumen sudah percaya pada sebuah merek, konsumen akan tetap memilih untuk menggunakan produk tersebut secara terus-menerus. Kepercayaan konsumen didasari oleh manfaat yang diberikan oleh sebuah produk. Maka dari itu

semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi tingkat pilihan konsumen pada sebuah produk.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini sangat penting terutama bagi perusahaan yang memproduksi Kosmetik Wardah, dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menyesuaikan harga sehingga konsumen menjadikan merek Wardah tersebut sebagai preferensi mereka dan tetap menjaga/meningkatkan kualitas produk serta selalu menjaga kepercayaan konsumen. Hal ini menyimpulkan bahwa harga, perceived quality dan trust sangat mempengaruhi preferensi konsumen pada merek produk Kosmetik Wardah. Untuk meningkatkan dan menjaga brand preference pada produk Kosmetik Wardah, perlu memahami harga, kualitas yang dirasakan dan kepercayaan karena variabel ini memiliki hubungan yang cukup kuat.

- a. Pada variabel harga, yang perlu dilakukan oleh perusahaan ke depannya agar bisnis yang dimiliki dapat berjalan dengan baik yaitu perusahaan dapat menetapkan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan. Karena sebagian konsumen tidak begitu mempermasalahkan harga apabila produk yang dibeli berkualitas. Konsumen tidak keberatan untuk membeli produk yang mahal tetapi berkualitas. Oleh karena itu, konsumen akan memilih produk kosmetik Wardah meskipun harga yang ditetapkan terbilang cukup tinggi, namun manfaat yang diberikan sesuai dengan uang yang telah dikeluarkan.

- b. Pada variabel *perceived quality*, yang perlu dilakukan oleh perusahaan ke depannya agar bisnis yang dimiliki dapat berjalan dengan baik yaitu dengan selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk seperti kandungan yang dimiliki oleh produk agar konsumen selalu merasa berkesan saat menggunakan produk Kosmetik Wardah ini. Karena seringkali perusahaan mengabaikan kualitas apabila bisnis mereka sedang sukses dan berkembang. Jadi penting bagi perusahaan untuk selalu menjaga kualitas dari produk Kosmetik Wardah ini.
- c. Pada variabel *trust*, yang perlu dilakukan oleh perusahaan ke depannya agar bisnis yang dimiliki dapat berjalan dengan baik yaitu selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan menjaga kualitas dan keamanan dari produk Kosmetik Wardah ini. Kosmetik Wardah memiliki label halal pada kemasan, sehingga konsumen merasa aman saat menggunakan produk kosmetik Wardah. Jadi penting bagi perusahaan untuk selalu menjaga kehalalan dari kandungan atau bahan-bahan yang digunakan guna untuk meningkatkan dan menjaga kepercayaan konsumen dari produk Kosmetik Wardah ini.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini dapat menjadi sumber untuk penelitian dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengkaji variabel Harga, *Perceived Quality* dan *Trust* dan dampaknya terhadap variabel *Brand preferences*. Variabel lain yang mungkin bisa ditambahkan yaitu variabel iklan, gaya hidup dan kepuasan konsumen. Guna memperkaya dan memperluas wawasan mengenai iklan, gaya hidup khususnya dan kepuasan konsumen umumnya.
2. Lokasi penelitian hanya difokuskan pada wilayah Payakumbuh. Maka hasil penelitian hanya bisa diimplikasikan di Kota Payakumbuh. Hasil yang sama belum tentu didapatkan jika penelitian dilakukan didaerah-daerah lain mengingat kondisi demografis serta geografis seorang konsumen.

#### 5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi perkembangan penelitian dimasa yang akan datang. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi penelitian selanjutnya
  - a. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel harga, *perceived quality* dan *trust* yang mempengaruhi *brand preferences* sebesar 64,2% dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang mungkin dapat

mempengaruhi *brand preferences* seperti variabel iklan, gaya hidup dan kepuasan konsumen.

- b. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah menggunakan sebanyak 130 responden pada Masyarakat Umum di Kota Payakumbuh. Lokasi penelitian hanya difokuskan pada wilayah Payakumbuh. Maka hasil penelitian hanya bisa diimplikasikan di Kota Payakumbuh. Dan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian didaerah-daerah lain sehingga dapat diimplikasi didaerah penelitian tersebut.

## 2. Bagi pihak perusahaan

Dari hasil uji hipotesis yaitu harga, *perceived quality* dan *trust* berpengaruh pada *brand preferences*. Perusahaan harus mampu menstabilkan harga sesuai dengan manfaat yang diberikan dan selalu memperhatikan bahan-bahan yang digunakan pada kosmetik Wardah guna untuk meningkatkan dan menjaga kepercayaan konsumen.

