

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka data diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

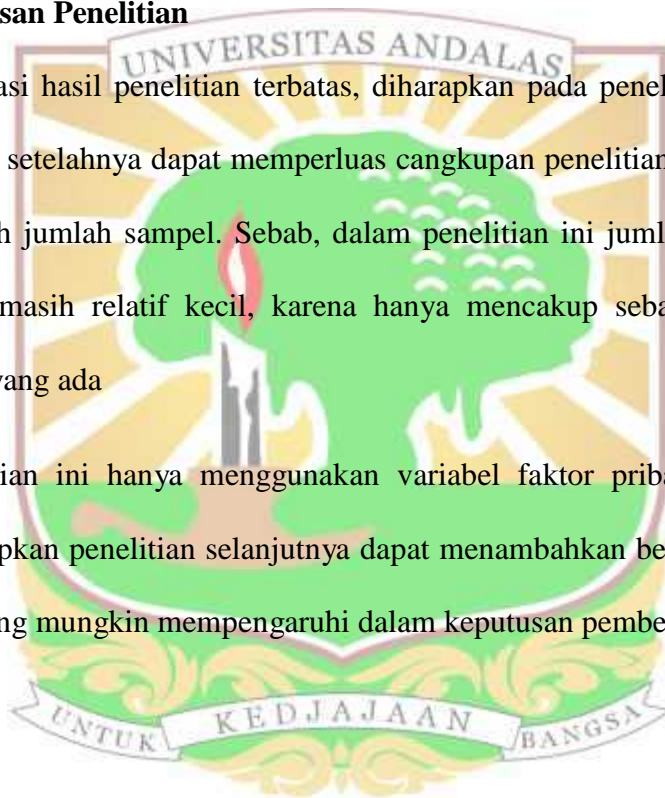
1. Faktor Pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari hasil jawaban atas pernyataan yang diajukan dominan menjawab setuju dan merespon positif pada indikator usia, pekerjaan, kepribadian, dan gaya hidup. Dapat disimpulkan bahwa ketika akan memutuskan untuk membeli suatu produk akan dipengaruhi oleh usia karena setiap tingkatan usia mempunyai selera yang berbeda-beda dan akan terus berubah sesuai dengan siklus usia tersebut. Begitupun dengan keadaan ekonomi dan juga gaya hidup. Gaya hidup akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Faktor Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah . Hal ini terlihat bahwa mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas tidak terlalu mempertimbangkan faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status dan juga karena keterbatasan mahasiswi dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari jawaban responden dengan rata-rata terendah terdapat pada indikator keluarga. Untuk keluarga responden lebih dominan menjawab tidak setuju. Selanjutnya untuk peran dan status juga tidak menjadi patokan seseorang dalam membeli suatu produk. Karena kosmetik sendiri tergantung akan kebutuhan kulit masing-

masing individu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Padang yang diwakili oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Sedangkan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Generalisasi hasil penelitian terbatas, diharapkan pada penelitian yang akan dilakukan setelahnya dapat memperluas cangkupan penelitian sampel dengan menambah jumlah sampel. Sebab, dalam penelitian ini jumlah sampel yang diajukan masih relatif kecil, karena hanya mencakup sebagian kecil dari populasi yang ada
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel faktor pribadi dan sosial. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lain yang mungkin mempengaruhi dalam keputusan pembelian.



## 5.3 Saran

1. Akademisi

Pihak akademisi yang akan melakukan penelitian ini lebih baik jika menambah variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian. Sampel penelitian sebaiknya ditambah sehingga data yang didapatkan lebih variatif. Diharapkan penelitian berikutnya ruang lingkup sampel yang digunakan untuk umum.

## 2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya mempertahankan dan meningkatkan nilai faktor pribadi agar nantinya akan meningkatkan keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kota Padang. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara lebih mendesain produk sesuai dengan umur yang mencakup beberapa umur, dan mengikuti gaya hidup pada saat sekarang ini. Selain itu perusahaan juga harus meningkatkan nilai faktor sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian kosmetik Wardah di kota Padang seperti dengan menjadi sponsor acara salah satunya dalam acara *fashion*.

