BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minyak telon My Baby di Kelurahan Tlogomas Kota Malang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak telon My Baby. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat mempertimbangkan faktor kualitas, seperti keamanan bahan, manfaat produk, aroma yang nyaman, serta kepercayaan terhadap merek, dalam menentukan keputusan pembelian.
2. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

   Harga memiliki arah pengaruh positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan utama, melainkan lebih memprioritaskan kualitas dan keamanan produk, terutama karena produk tersebut digunakan untuk kebutuhan bayi.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Secara bersama-sama kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi beberapa faktor, terutama kualitas produk yang baik serta harga yang dianggap sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan, disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten, terutama terkait keamanan bahan, manfaat produk, dan kenyamanan penggunaan, karena kualitas produk terbukti menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
b. Perusahaan juga perlu menetapkan harga yang tetap kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk, sehingga konsumen tetap merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh.
c. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, citra merek, distribusi, dan kepercayaan konsumen, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk perawatan bayi.