

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan mengenai *brand awareness* dan *product quality* dalam keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi Universitas Widyatama Bandung, didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. *Brand awareness* pada kosmetik Wardah sangat tinggi. Mahasiswi di Universitas Widyatama Bandung sudah sangat mengenal dan sangat familiar dengan merek kosmetik Wardah. Meskipun begitu, banyaknya jenis produk kosmetik Wardah belum dikenal seluruhnya oleh para mahasiswi.
2. *Product quality* pada kosmetik Wardah dinilai baik. Kosmetik Wardah dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen baik dari segi *skincare* maupun tata rias yang didukung dengan kemudahan aplikasi produk. Akan tetapi, terdapat kekurangan pada ketahanan kandungan produk kosmetik Wardah apabila terkena air setelah diaplikasikan pada kulit.
3. Keputusan pembelian terhadap produk kosmetik Wardah tinggi. Tingkat kemudahan mendapatkan produk sangat memudahkan mahasiswi dalam melakukan pembelian kosmetik Wardah. Tetapi kepuasan mahasiswi terhadap

produk kosmetik Wardah masih menjadi indikator terendah dalam keputusan pembelian kosmetik tersebut.

4. Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah kurang kuat. Hal ini berarti naik dan turunnya *brand awareness* berdampak kurang kuat terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
5. Pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah lemah. Hal ini berarti meningkatnya kualitas produk kosmetik Wardah berdampak lemah pada keputusan pembelian kosmetik Wardah.
6. Pengaruh *brand awareness* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah lemah. Hal ini berarti meningkatnya kedua variabel *brand awareness* dan kualitas produk secara bersamaan berdampak lemah pada keputusan pembelian kosmetik Wardah.

5.2 Saran

Adapun saran di dalam penelitian ini mengenai keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi Universitas Widyatama Bandung terkait *brand awareness* dan *product quality* sebagai berikut.

1. Dari sisi akademis, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pemilihan demografi yang berbeda dari segi umur, lingkungan, maupun pekerjaan responden. Selain itu perlu dilakukan juga penambahan pada variabel bebas,

serta penggunaan objek penelitian menggunakan merek kosmetik yang berbeda.

2. Dari sisi manajerial, diperlukan pengenalan lebih lanjut mengenai jenis-jenis produk kosmetik Wardah dengan cara dilakukannya promo pada produk-produk yang mempunyai penjualan terkecil seperti pemberian sampel produk pada konsumen ataupun dengan diberlakukannya penjualan produk kosmetik satu paket, sehingga produk-produk yang belum diketahui dapat diperkenalkan kepada konsumen. Inovasi pada kandungan juga perlu dilakukan secara terus-menerus dalam peningkatan ketahanan kandungan pada produk kosmetik sehingga kepuasan konsumen dapat ditingkatkan.

