

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Terdapat perbedaan yang signifikan dari gaya pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Padang.
2. Berdasarkan jenis produk yang dipergunakan untuk produk bedak, pembersih wajah dan produk wardah lainnya konsumen lebih cenderung menggunakan gaya pengambilan keputusan berdasarkan perfeksionis. Sementara untuk produk lipstik konsumen lebih cenderung menggunakan gaya pengambilan keputusan berdasarkan kebiasaan konsumen.
3. Berdasarkan urutan gaya pengambilan keputusan pembelian diperoleh bawa gaya perfeksionis adalah gaya yang menjadi pertimbangan pertama dalam pembelian produk kosmetik wardah, setelah itu diikuti gaya berdasarkan kebiasaan konsumen, gaya berdasarkan kombinasi, gaya berdasarkan kesadaran harga, gaya berdasarkan kebingungan dalam pembelian, gaya berdasarkan rekreasi, gaya berdasarkan kesadaran gaya baru gaya berdasarkan implusif, dan yang terakhir gaya berdasarkan sadar akan merek dan harga.

5.2 Implikasi penelitian

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa implikasi yang bermanfaat bagi:

1. Pihak produsen, kosmetik wardah hendaknya lebih diperhatikan segmentasi demografis calon konsumen, khususnya pada segmentasi umur, penghasilan/uang saku tiap bulan serta pekerjaan. Hal ini memberikan perbedaan yang berarti dalam menentukan gaya pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Padang.
2. Perusahaan hendaknya mencari informasi mengenai demografis konsumen, hal itu bisa didapatkan dengan cara melakukan riset oleh perusahaan itu sendiri atau hasil riset penelitian orang lain, seperti: hasil riset mahasiswa berupa tugas akhir yaitu skripsi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Sebagaimana penelitian lainnya, penelitian ini tentunya juga tidak terlepas dari berbagai keterbatasan. Diantara keterbatasan tersebut adalah:

1. Penelitian ini hanya membatasi delapan faktor gaya pengambilan keputusan pembelian yaitu perfeksionis, sadar akan merek dan harga, kesadaran konsumen akan gaya terbaru, hedonis, kesadaran konsumen akan harga, impulsif, kebingungan konsumen dalam melakukan pembelian, kebiasaan konsumen sebagai penentu gaya pengambilan keputusan pembelian konsumen..

2. Dalam Penelitian ini tidak termasuk faktor kombinasi yang secara empiris merupakan faktor penentu dari gaya pengambilan keputusan pembelian konsumen.

5.4 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya, agar menambahkan faktor-faktor kombinasi dalam menentukan gaya pengambilan keputusan pembelian konsumen, serta menentukan objek penelitian yang lain.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya, agar mencoba memperbanyak jumlah responden dan lebih selektif dalam memilih calon responden, saran ini penting untuk meningkatkan mutu dan kualitas hasil penelitian.