

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan dari jawaban permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Komunikasi pemasara tidak berpengaruh terhadap keputusan pembeliin pada produk skincare MS Glow di kota padang.
2. *Price discount* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare MS Glow di Kota Padang.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan didalam kesimpulan penelitian maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang tentunya bermanfaat bagi:

1. Manajemen pelaku usaha MS Glow Padang diharapkan terus meningkatkan komunikasi pemasaran kepada pelanggan. Mengingat komunikasi pemasaran merupakan salah satu indikator yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk tersebut. Semakin tinggi komitmen pihak manajemen dalam melakukan promosi maka keputusan pembelian pelanggan di kota padang semakin meningkat.
2. Manajemen pelaku usaha MS Glow Padang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan dengan cara memberikan *price discount* untuk setiap pelanggan dalam melakukan pembelian.

5.3 Saran

1. Penelitian yang akan datang disarankan agar meningkatkan jumlah sampel pengguna produk skincare MS Glow di Kota Padang sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pengguna skincare lainnya.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.