

BAB V

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian 3 (tiga) hipotesis menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* atau yang dapat disingkat sebagai SPSS versi 20 mengenai pengaruh persepsi kualitas produk, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.
2. Persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan

- a. Bagi pihak perusahaan dapat tetap dan terus menjaga kualitas produk agar konsumen kosmetik wardah tetap memutuskan untuk menjadi pelanggan tetap.
- b. Bagi pihak perusahaan agar dapat terus menjaga persepsi kualitas produk agar konsumen kosmetik wardah akan menyebarkan info melalui metode word of mouth karena memiliki persepsi bahwa kualitas produk dari kosmetik wardah adalah baik dan aman untuk kulit wanita Indonesia.

2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran agar dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dalam proses menyelesaikan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu variabel persepsi kualitas produk, variabel *word of mouth* dan variabel keputusan pembelian. Peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Penelitian dilakukan di kalangan mahasiswi bukan masyarakat umum, sedangkan konsumen kosmetik wardah muali dari remaja hingga usia diatas 40 tahun.
3. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang dibagikan melalui google form, sehingga menjadi kemungkinan apabila responden menjawab kuisisioner dengan tidak jujur.