

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial *brand image*(citra merek)berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Oriflame Cabang Medan. Hal ini menyatakan hipotesis telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Hal ini dikarenakan konsumen setuju bahwa bahan produk yang sudah teruji kualitasnya, bentuk dari produk oriflame itu sendiri serta perasaan puas para setelah menggunakan produk tersebut mempengaruhi mereka dalam membeli produk Oriflame.
2. Keragaman produk secara parsial juga menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Oriflame Cabang Medan. Hal ini menyatakan hipotesis telah di uji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Hal ini dikarenakan konsumen setuju bahwa banyaknya jenis produk yang ditawarkan Oriflame mempengaruhi mereka dalam membeli produk Oriflame, konsumen juga merasapuas dengan manfaat yang dirasakan mereka karena produk Oriflame menggunakan bahan-bahan yang alami.
3. Berdasarkan Uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas *brand image* (citra merek) dan keragaman produk berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan telah di uji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Hal ini terjadi karena, jika Oriflame tetap mempertahankan citra yang baik dari perusahaannya maka konsumen akan tetap membeli produknya. Konsumen juga akan lebih tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, jika perusahaan Oriflame menawarkan produk yang beragam dan lengkap sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran, yaitu :

1. Bagi Pihak Perusahaan

a Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel keragaman produk berada pada kategori sedang, namun masih ada yang ada yang memberikan penilaian dengan skor terendah pada pernyataan tentang kemasan produknya. Oleh karena itu Oriflame sebaiknya lebih menambah variasi desain kemas yang unik, dan membuat kemasan produknya sepraktis mungkin agar konsumen lebih tertarik lagi untuk membeli produk Oriflame.

b Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel keragaman produk berada pada kategori sedang, namun masih ada yang ada yang memberikan penilaian dengan skor terendah pada pernyataan tentang kualitas produknya. Oleh karena itu Oriflame sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produknya dan tetap

menggunakan bahan alami yang berkualitas tinggi agar tetap mampu bersaing di pasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel- variabel lain yang dapat diperhatikan dan sesuai untuk Oriflame, seperti variabel harga, kualitas produk, dan keunikan produk, guna menambah pengetahuan pembaca.

