

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kecenderungan Variabel Harga anggota IKM Labuhan Batu berada pada kategori cukup tinggi dengan persentasi sebesar 63%.
2. Tingkat kecenderungan Keputusan Pembelian pada anggota IKM Labuhan Batu berada pada kategori cukup tinggi dengan persentasi sebesar 47%
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan Variabel Harga (X) dengan hasil Keputusan Pembelian (Y) kosmetik brand skintific pada Ikatan Keluarga Mahasiswa (IKM) Labuhan Batu..

5.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan kosmetik brand skintific agar selalu mempertimbangkan harga dalam penjualan produknya, hal ini disebabkan karena variabel Harga sendiri menjadi faktor penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli produk kosmetik brand skintific, maka dari itu disarankan untuk perusahaan skintific penentuan harga yang akan ditetapkan agar mempertimbangkan sesuai dengan daya beli mahasiswa dan menyesuaikan harga dengan manfaat dari kualitas produknya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang dianggap menjadi faktor penting dan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti kualitas produk, promosi, inovasi

produk, yang tidak diikuti sertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan Keputusan pembelian.

3. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi penulis dan pembaca tentang hubungan Variabel Harga terhadap Hasil Keputusan Pembelian.

