

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* mengenai variasi produk terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variasi produk Citra *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi ukuran, harga, tampilan dan bahan-bahan berada dalam kategori tinggi. Dimensi ukuran memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan keputusan pembelian *hand & body lotion*, hal ini disebabkan karena ukuran *hand & body lotion* sangat bervariasi. Variasi produk Vaseline *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi ukuran, harga, tampilan dan bahan-bahan berada dalam kategori tinggi. Dimensi ukuran memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan keputusan pembelian *hand & body lotion*, hal ini disebabkan karena ukuran *hand & body lotion* sangat bervariasi. Variasi produk Marina *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi ukuran, harga, tampilan dan bahan-bahan berada dalam kategori tinggi. Dimensi ukuran memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan keputusan pembelian *hand & body lotion*, hal ini disebabkan karena ukuran *hand & body lotion* sangat bervariasi. Variasi produk Nivea *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi ukuran, harga, tampilan dan bahan-bahan berada dalam kategori tinggi. Dimensi

ukuran memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan keputusan pembelian *hand & body lotion*, hal ini disebabkan karena ukuran *hand & body lotion* sangat bervariasi.

2. Keputusan pembelian Citra *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah pilihan merek, yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek. Keputusan pembelian Vaseline *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah pilihan merek, yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek. Keputusan pembelian Marina *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah pilihan merek, yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek. Keputusan pembelian Nivea *hand & body lotion* yang diukur melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah pilihan merek, yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan popularitas merek.

3. Terdapat pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion*. Secara parsial dimensi variasi produk masing-masing mempengaruhi keputusan pembelian *hand & body lotion* ukuran ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tampilan ( $X_3$ ) dan bahan-bahan ( $X_4$ ), sehingga secara simultan variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian *hand & body lotion*.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai penerapan variasi produk yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, yaitu :

1. Berdasarkan tanggapan mengenai variasi produk terlihat dari dimensi tampilan masih terlihat rendah. Tampilan dari variasi produk merupakan faktor yang penting dalam menciptakan keputusan pembelian, oleh karena itu tampilan dari *hand & body lotion* harus dibuat lebih beranekaragam salah satunya dengan memproduksi *hand & body lotion* dengan bentuk dan warna yang beranekaragam. Perusahaan juga dapat meningkatkan promosi iklan di televisi guna memberikan informasi kepada konsumen mengenai variasi produk *hand & body lotion*.
2. Persepsi responden terhadap keputusan pembelian sudah baik, namun masih ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu masih minimnya persepsi konsumen tentang keputusan pembelian dalam memilih penyalur. Tentunya perusahaan *hand & body lotion* harus mampu meyakinkan konsumen dengan cara membangun lokasi pembelian yang berdekatan

dengan tempat tinggal konsumen untuk meningkatkan pembelian produk *hand & body lotion*.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa variasi produk *hand & body lotion* berpengaruh secara positif dalam keputusan pembelian konsumen. Penulis merekomendasikan agar perusahaan harus tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kembali produk *hand & body lotion* melalui variasi produk yang telah dilakukan agar meningkatkan penjualan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai variasi produk tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.

