

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya.
2. Kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya.
3. Diferensiasi produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya.
4. *Word of Mouth* mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya.
5. Hasil uji hipotesis melalui uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, dan *Word of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan dan Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran – saran dari peneliti yang adapat diberikan adalah sebagai berikut :

### 5.2.1 Bagi aspek manajerial

1. Kualitas Produk : Variabel ini tidak berpengaruh secara parsial dikarenakan banyaknya jawaban responden menjawab netral, hal ini peneliti dapat memberikan rekomendasi perlu diberikannya inovasi untuk meningkatkan kualitas produk, kemudian perlu adanya tambahan bahan baku yang lebih berkualitas dari yang digunakan selama ini, selanjutnya juga kualitas produk Larissa membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar kebutuhan konsumen terpenuhi dengan produk Larissa Aesthetic center.
2. *Diferensiasi* produk : Variabel ini tidak berpengaruh secara parsial dikarenakan jawaban dari responden menjawab netral, hal ini perlu adanya evaluasi kembali pada produk – produk *Larissa Aesthetic Center* Surabaya agar memiliki produk pembeda yang berbeda dari produk kecantikan sejenis, agar konsumen dapat merasakan pengalaman yang berbeda dengan produk sejenis ketika menggunakan produk *Larissa Aesthetic Center*.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah variabel dan menggunakan teknik analisis yang berbeda.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti menambah jumlah indikator dari variabel Kualitas Produk, *Diferensiasi* Produk, agar variabel tersebut ada pengaruh secara parsial.