

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Iklan, Endorser, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel iklan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (pada signifikansi 0,05).
2. Variabel endorser memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (pada signifikansi 0,05).
3. Variabel harga tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (pada signifikansi 0,05).

B. Keterbatasan Penulisan

Keterbatasan dalam penulisan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

1. Ada kemungkinan responden kurang bersungguh-sungguh dalam melakukan pengisian kuesioner yang diberikan peneliti, sehingga peneliti kurang mendapatkan hasil yang memuaskan dan berdampak pada hasil analisis yang kurang akurat.

2. Keterbatasan dalam melakukan penyebaran kuesioner, sehingga responden kurang memahami maksud dari pertanyaan yang diberikan.
3. Penelitian ini meskipun sudah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih terdapat kekurangan (keterbatasan).

C. Saran

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk memperoleh hasil yang memuaskan dari pengaruh iklan, *endorser*, harga, dan keputusan pembelian, peneliti sebelumnya dapat mengganti atau menambahkan variabel-variabel independen lainnya agar dapat memperkuat keterkaitan dengan variabel dependen.
2. Sampel yang digunakan menunjukkan tingkat kebenaran suatu keadaan dalam penelitian ini masih belum cukup baru Kalurahan Panularan untuk dapat mendapatkan hasil yang memuaskan dikarenakan kurang keseriusan responden dalam mengisi kuesioner peneliti, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas hingga Kota Surakarta dan memperdalam jangkauan dalam penyebaran kuesioner.