

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan analisis data yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh *perceived quality* (X_1) terhadap keputusan pembelian kosmetik (Y) Wardah Pada Toko My Lova Kota Bengkulu, artinya bahwa semakin tinggi *perceived quality* maka meningkatkan keputusan pembelian
2. Terdapat pengaruh *store atmosphere* (X_2) terhadap keputusan pembelian kosmetik (Y) Wardah Pada Toko My Lova Kota Bengkulu, artinya bahwa semakin tinggi kredibilitas iklan maka meningkatkan keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh *perceived quality* (X_1) dan *store atmosphere* (X_2) secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik (Y)

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan, yaitu :

1. Variabel *perceived quality* kelebihanannya adalah Karyawan Toko My Lova memiliki hubungan yang baik dengan konsumen. Kekurangannya adalah my Lova kurang memberikan informasi yang tepat mengenai produk yang dijual seperti Kosmetik yang dijual disebutkan tidak sesuai dengan konsumen my Lova terbatas.
2. Variabel *store atmosphere*, sebaiknya pihak toko lebih memperhatikan penampilan toko agar bagian muka toko terlihat bagus.

3. Variabel keputusan pembelian konsumen. Kelebihan dimana Konsumen akan berkunjung kembali ke toko My Lova untuk membeli kosmetik. Kelemahan dimana konsumen belum melakukan pembelian karena produk kosmetik di My Lova belum berkualitas baik