

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Heaven Scent merupakan salah satu gerai parfum modern yang berlokasi di Suncity Mall Madiun, Jawa Timur. Terletak di pusat keramaian belanja dan hiburan, outlet ini menjadi salah satu tujuan masyarakat Kota Madiun untuk mendapatkan parfum berkualitas dengan harga yang terjangkau. Maka, dari itu peneliti memilih Heaven Scent untuk diteliti sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 384 responden dari pembeli produk parfum heaven scent madiun dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode proporsional sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil dari olah data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan di mana untuk menguji keempat hipotesis pada penelitian ini, yang meliputi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan terhadap terhadap keputusan pembelian, kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini juga terdapat beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada pembeli produk parfum Heaven Scent Madiun.
2. Objek yang digunakan dalam penelitian terbatas pada pembeli parfum Heaven Scent Madiun dengan 384 Sampel.

C. Saran

Berdasarkan dari keterbatasan yang ada, penelitian ini dimasa mendatang diharapkan bisa melakukan penelitian dengan beberapa pertimbangan, diantaranya :

1. Bagi Owner

Heaven Scent sebagai gerai parfum modern yang berlokasi di Suncity Mall Madiun perlu terus meningkatkan kualitas layanan, memperkuat citra produk, serta menjaga konsistensi harga yang kompetitif untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Upaya peningkatan kualitas pelayanan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan toko, perlu dioptimalkan agar pembeli merasa puas dan bersedia melakukan pembelian ulang. Selain itu, menjaga kualitas produk mulai dari ketahanan aroma, keaslian fragrance, hingga tampilan kemasan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen..

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, brand image, gaya hidup, ataupun kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian berikutnya dapat

menggunakan metode yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian parfum. Peneliti juga dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada Heaven Scent, tetapi juga brand parfum lain atau gerai parfum refill yang memiliki karakteristik berbeda.

3. Konsumen

Konsumen Parfum Heaven Scent Madiun diharapkan dapat lebih cermat dalam memilih produk yang sesuai dengan preferensi aroma, ketahanan wangi, serta kebutuhan penggunaan sehari-hari. Mengingat Heaven Scent terletak di pusat perbelanjaan Suncity Mall Madiun, konsumen dapat memanfaatkan kenyamanan lokasi tersebut, seperti akses transportasi yang mudah dan fasilitas mall yang lengkap. Selain itu, konsumen diharapkan memberikan feedback atau ulasan terhadap layanan maupun produk yang diterima, agar pihak pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk secara berkelanjutan.