

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan, didapatkan data untuk menjawab tujuan penelitian ini, yakni menganalisis faktor psikologis konsumen pada keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, dari hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada dasarnya adalah motivasi konsumen, persepsi konsumen, sikap dan keyakinan konsumen, daya ingat, pembelajaran konsumen dan kepribadian konsumen.

B. Saran

1. Bagi para subjek penelitian

Bagi subjek penelitian diharapkan tetap lebih selektif dalam membeli suatu barang, mempertahankan yang baik dan memberhentikan sesuatu produk jika terdapat kecacatan atau ketidaksesuaian yang mungkin dapat membuat efek yang buruk terhadap kulit.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian

seperti keputusan tentang jenis produk, keputusan merk lain, keputusan tentang penjualan produk, keputusan kuantitas produk dan masih banyak yang belum meneliti tentang psikologi konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain seperti metodologi kuantitatif yang akan membuat penelitian psikologi konsumen lebih bervariasi.

3. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang dan menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dan efisien terutama dalam mempengaruhi konsumen. Dengan mengetahui dan memahami perilaku konsumen terutama dari sudut pandang psikologis yang menjadi pasar sasaran maka perusahaan akan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga akan dapat mengarahkan perusahaan dalam penetapan kebijakan pemasaran.

C. Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian tentang faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan.

Adapun kelemahan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Masih terdapat jawaban wawancara yang tidak konsisten menurut peneliti. Karena subjek yang cenderung kurang memahami terhadap pertanyaan yang ada.
- b. Terdapat beberapa jawaban yang kurang memuaskan karena subjek ragu-ragu untuk memberikan informasi.
- c. Peneliti hanya menggunakan faktor psikologis sebagai aspek untuk mengetahui keputusan pembelian.