

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dari 8 dimensi persepsi dan keputusan pembelian produk herbal Wahida Indonesia pada stokis utama Palembang adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk herbal Wahida Indonesia pada stokis utama Palembang dimensi yang paling dominan adalah dimensi kinerja produk sebanyak 85,8% responden, konsumen memilih produk herbal Wahida karena konsumen merasa puas terhadap kualitas kinerja produk herbal Wahida yang mudah dicerna oleh tubuh, meredakan penyakit, tidak ada efek samping, dan cara kerjanya sesuai dengan varian-varian produk yang ada.
2. Dimensi yang tidak dominan adalah dimensi kemampuan diperbaiki sebanyak 62,2% responden, produk herbal Wahida sedikit kesulitan untuk kemampuan diperbaiki karena produk herbal Wahida adalah produk yang harus diteliti khasiatnya terlebih dahulu.
3. Keputusan pembelian produk herbal Wahida yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk sebanyak 83,6% dari 90 jumlah sampel menyatakan sangat setuju untuk melakukan pembelian produk herbal Wahida Indonesia pada stokis utama Palembang dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas produk, tidak menimbulkan efek samping, memiliki label halal, harganya terjangkau dan manfaat yang dirasakan sangat membantu dalam menjaga kesehatan tubuh konsumen dari pada produk herbal lainnya.

1.1 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dimensi persepsi produk yang paling dominan yaitu dimensi kinerja produk, produk herbal Wahida harus tetap mempertahankan keunggulannya dan memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya agar tetap dapat bersaing dengan produk herbal lainnya.
2. Sedangkan untuk dimensi persepsi yang tidak dominan yaitu dimensi kemampuan diperbaiki, produk herbal Wahida seharusnya fungsi dan komposisinya diteliti ulang agar manfaat yang dirasakan oleh konsumen lebih terasa atau lebih berkhasiat dalam menyembuhkan dan memelihara kesehatan.
3. Produk herbal Wahida untuk meningkatkan pembelian produk herbal Wahida sebaiknya meningkatkan keunggulan produk serta kualitas pada setiap dimensi persepsi produknya seperti lebih meningkatkan lagi kualitas kemasan, umur pemakaian, manfaat yang diberikan, komposisi produk untuk menambah khasiatnya, dan varian produk yang membantu konsumen dalam menjaga kesehatan, selain itu harga dan kualitasnya sesuai.