

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dan solusi antisipasi atas permasalahan yang sudah dirumuskan bisa diambil dari temuan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Wilayah Tangerang, yakni:

1. Kualitas produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skintific wilayah Tangerang Selatan. Kemasan produk yang memiliki peranan kuat dalam menarik konsumen guna membeli produk Skintific, namun pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki nilai yang kecil dibandingkan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian
2. Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific wilayah Tangerang Selatan. Konsumen memutuskan membeli produk Skintific karena merek Skintific sudah dikenal oleh banyak orang. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
3. Kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skintific Wilayah Tangerang Selatan. 59.7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan citra merek, 40.3% pengaruhnya dari faktor lain.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan berhubungan dengan penelitian yang sudah dilaksanakan dan untuk penelitian kedepannya yaitu:

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan, Skintific diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya hal ini bertujuan guna menarik minat konsumen agar melaksanakan keputusan pembelian terhadap produk Skintific. Selain itu baiknya Skintific menyertakan jangka waktu pemakaian sebuah produk untuk mencapai hasil sesuai dengan klaim, serta

harus mengedukasi konsumennya bahwa setiap jenis produk *skincare* membutuhkan proses atau waktu untuk mendapatkan hasil sesuai klaim produk.

2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka Skintific harus mempertahankan dan meningkatkan citra mereknya menjadi lebih baik lagi agar menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Selain itu apabila Skintific menggunakan *beauty vlogger* sebagai *reviewer* maka harus menyampaikan klaim produk secara nyata tidak dilebih-lebihkan.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan memerhatikan lingkup penyebaran kuesioner dan meningkatkan penelitian dengan memakai metode kualitatif, yakni wawancara mendalam dengan responden, guna mencari tahu pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. Terlebih lagi, peneliti bisa menambahkan berbagai variabel dalam meneliti objek penelitian.