

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen produk Skintific dengan mengambil sampel 130 konsumen yang menjadi responden. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel citra merek dengan uji T (parsial) menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya terdapat citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Yang artinya pihak perusahaan mampu mempertahankan citra merek pada suatu brand serta dapat meningkatkan lagi citra merek dengan kualitas-kualitas yang baik dan juga memiliki harga yang sesuai.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk uji T (parsial) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Skintific. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ yang artinya terdapat kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Bahwasannya pihak perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas produk agar semakin meningkatnya juga konsumen yang membeli produk Skintific.

3. Berdasarkan hasil uji SPSS secara simultan didapatkan variabel citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Hal ini terlihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11.214 > 3,92$) dimana menandakan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Nilai koefisien determinan (R square) yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel independen (X) yaitu citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh sebesar 0,15% sehingga sisanya 0,85% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut beberapa saran dari penulis, sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran atau masukan mengenai “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific”, dengan memperoleh informasi produk diberbagai media cetak dan media lainnya.
2. Sebaiknya pihak perusahaan pengolahan produk Skintific memperhatikan harga dan kualitas untuk mempertahankan nilai positif dari konsumen.
3. Berdasarkan kesimpulan diatas variabel yang paling dominan ialah citra merek (X1) yang artinya pihak perusahaan mampu mempertahankan serta meningkatkan nama baik dari brand tersebut agar semakin banyak konsumen yang membeli produk Skintific.