

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan:

1. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga Skintific, maka akan cenderung tinggi minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Skintific.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk Skintific, maka akan cenderung tinggi minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Skintific.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, maka akan cenderung tinggi minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk.

5.2 Saran

1. Dalam hal penelitian di masa depan, penulis mengakui bahwa, terlepas dari upaya terbaik mereka, hasil penelitian ini tidak sempurna. Perluas ruang lingkup untuk memasukkan faktor-faktor lain dan lakukan penelitian baru untuk menyelidiki komunitas online yang sedang berkembang. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan faktor-faktor lain untuk mengukur keputusan pembelian. Selain itu, instrumen penelitian harus ditingkatkan dan dibuat lebih komprehensif untuk memungkinkan pengembangan lebih lanjut dan mendalam.
2. Untuk perusahaan, ketika memikirkan apa yang membuat pelanggan perawatan kulit Skintific membeli, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi. Berdasarkan hasil ini, Skintific dapat menyempumakan pendekatan pemasaran mereka untuk pasar Samarinda, meningkatkan kualitas produk dan layanan pelanggan.
3. Untuk pembaca, penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan produk perawatan kulit Skintific, yang sangat penting dan memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi niat beli selain harga, kualitas produk, dan kualitas layanan.