

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai pengaruh merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil pengujian merek dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara merek terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.
2. Hasil pengujian gaya hidup dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara gaya hidup terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.
3. Hasil pengujian selebriti pendukung dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel selebriti pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara selebriti pendukung terhadap keputusan

konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.

4. Hasil pengujian merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji secara simultan ketiga variabel bebas (merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung) tersebut mempengaruhi keputusan konsumen membelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada PT. Paragon Technology and Innovation (PTI) untuk lebih meningkatkan pemasarannya dan tetap menjaga kualitas produknya. (a) Dalam mengenalkan mereknya bisa dilakukan dengan cara mensosialisasikan produk tersebut kepada konsumen dari berbagai kalangan masyarakat. (b) Perusahaan harus bisa memetakan berbagai gaya hidup dari berbagai

segmen masyarakat agar produk yang dihasilkan tetap aktual sesuai dengan trend pada saat itu. (c) Dalam memilih *brand ambassador* sebaiknya perusahaan mencari selebritis atau aktris lain yang lebih populer atau sedang naik daun pada saat ini sehingga nantinya akan bisa meningkatkan penjualannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam hal yang sama dengan penelitian saat ini. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lain dan lebih banyak lagi untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan sehingga perlu adanya peneliti selanjutnya yang lebih mendalam.