

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa pernyataan sebagai berikut :

Terdapat 7 kelompok atau *cluster* yang diperoleh dari analisis yang dilakukan, diantaranya:

1. *Cluster 1* terdiri dari 206 responden dengan indikator pernyataan, produk sesuai kebutuhan konsumen, harga sesuai kualitas, tempat dilalui kendaraan umum, promosi tidak merugikan konsumen dan menarik minat beli.
2. *Cluster 2* terdiri dari 11 responden dengan indikator pernyataan, siklus produk jelas, harga lebih murah/ekonomis, tempat dilalui kendaraan umum, promosi menarik konsumen.
3. *Cluster 3* terdiri dari 5 responden dengan indikator pernyataan, kualitas produk baik, harga sesuai kualitas, tempat dapat dijangkau dengan mudah, promosi tidak merugikan konsumen.
4. *Cluster 4* terdiri dari 9 responden dengan indikator pernyataan, kualitas produk baik, harga bersaing dengan produk lain dan sesuai pasaran, promosi dengan desain menarik.

5. *Cluster 5* terdiri dari 2 responden dengan indikator pernyataan, desain produk bagus dan berkualitas, harga bersaing dengan produk lain, tempat mudah dijumpai di toko terdekat.
6. *Cluster 6* terdiri dari 2 responden dengan indikator pernyataan, siklus produk jelas, diskon harga, tempat banyak dilalui alat transportasi.
7. *Cluster 7* terdiri dari 5 responden dengan indikator pernyataan, produk tidak menimbulkan masalah pada kulit, promosi dilakukan di berbagai *event*.

B. SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, peneliti menyarankan beberapa hal antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Lembaga diharapkan lebih meningkatkan daya tarik konsumen melalui bauran pemasaran seperti yang dibahas peneliti yaitu produk, harga, tempat dan promosi supaya mampu meningkatkan keputusan pembelian. Persaingan dari perusahaan atau produk lain lebih ketat lagi, dengan adanya banyak produk kecantikan yang lebih instan lagi dengan efek yang cepat. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan agar lebih stabil lagi dan terus meningkatkan kualitas produknya, Karena dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau oleh masyarakat luas akan dapat meningkatkan pendapatan Perusahaan dan keputusan pembelian terus meningkat.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasi dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah.

3. Bagi Peneliti yang akan datang

Pengelompokan keputusan pembelian produk kecantikan menggunakan analisis *cluster* berdasarkan bauran pemasaran masih jarang ditemukan, diharapkan para peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang lebih terstruktur untuk mengelompokkan keputusan pembelian produk, juga peneliti selanjutnya dapat menerapkan analisis *cluster* dalam berbagai bidang, seperti bidang kedokteran, sosiologi, kriminologi, antropologi, dan lain sebagainya. Objek yang digunakan diharapkan lebih luas lagi dari produk kecantikan di Indonesia misalnya produk kecantikan yang ada di luar negeri, dan selanjutnya peneliti yang akan datang dapat menambah jumlah responden, populasi sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat/signifikan.