

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data, analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat 4 faktor utama yang terbentuk dari dua belas faktor yang dianalisis dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari analisis faktor, faktor budaya menjadi faktor pertama yang dipertimbangkan mahasiswi jurusan ekonomi syariah di IAIN Tulungagung dalam memilih produk kosmetik. Dengan adanya pertimbangan dari variabel budaya, yaitu budaya, sub budaya, kelas sosial menjadikan variabel budaya sebagai faktor pertama yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor budaya.

Berdasarkan hasil analisis faktor, faktor sosial menjadi faktor ketiga, yang dipertimbangkan mahasiswi jurusan ekonomi syariah di IAIN Tulungagung dalam memilih produk kosmetik. Dengan adanya pertimbangan indikator dari variabel sosial yakni kelompok referensi, keluarga, status sosial. Sehingga variabel sosial menjadi faktor ketiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor sosial.

Berdasarkan nilai analisis faktor, faktor kepribadian menjadi faktor kedua yang dipertimbangkan mahasiswi jurusan ekonomi syariah di IAIN Tulungagung dalam memilih produk kosmetik. Dengan adanya pertimbangan variabel kepribadian yakni usia dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi. Sehingga

variabel sosial menjadi faktor ketiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor sosial.

Berdasarkan nilai analisis faktor, faktor psikologis menjadi faktor keempat yang dipertimbangkan mahasiswi jurusan ekonomi syariah di IAIN Tulungagung dalam memilih produk kosmetik. Dengan adanya pertimbangan variabel psikologis yakni motivasi, persepsi, pembelajaran. Sehingga variabel psikologis menjadi faktor keempat yang memenuhi kriteria dari analisis faktor terbentuk yang disebut dengan faktor psikologis.

Dari ke empat faktor yang terbentuk dalam penelitian ini faktor yang paling dipertimbangkan dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah di IAIN Tulungagung ialah faktor budaya. Karena berdasarkan nilai keterkaitan, faktor budaya berada pada faktor pertama dengan nilai tertinggi diantara faktor sosial, kepribadian dan psikologis. Serta dikarenakan kedua belas variabel yang diteliti berada pada 4 faktor pembentuk awal semula. maka, penelitian ini sekaligus telah berhasil mengkonfirmasi dari kesesuaian teori Kottler terkait faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam perilaku konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat (konsumen)

Dengan penelitian ini diharapkan masyarakat (konsumen) lebih berhati-hati dalam memilih produk kosmetik dan tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan perusahaan industri kosmetik dapat melakukan beberapa pendekatan pemasaran dengan melihat situasi dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis sasaran pasar, sehingga dapat mendorong konsumen untuk lebih mengutamakan pemilihan produk kosmetik yang telah ditawarkan.

3. Bagi akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi keilmuan bagi peneliti selanjutnya.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan, peneliti hanya menguji variabel-variabel lama yang sudah ada di satu teori Kottler yaitu faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis. Diharapkan peneliti lanjutan untuk menguji variabel baru yang lain seperti dari segi pemasaran dengan pertimbangan iklan melalui *endorse*, pertimbangan bahan baku pembuatan kosmetik dan lain lain, yang lebih luas dan lebih menambah ukuran sampel yang lebih besar lagi sehingga dapat memperbarui konsep-konsep yang sudah lama dengan menyesuaikan perkembangan perilaku konsumen saat ini.