

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat Pengaruh *Beauty Vlogger*, *Product Quality* Dan *Price* Terhadap *Buying Decision Process* Produk Scarlett Whitening pada Perempuan di Kota Padang. Data dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner secara *online* kepada 150 orang perempuan di Kota Padang yang pernah membeli produk scarlett whitening. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan *beauty vlogger* Terhadap *Buying Decision Process*. Hal ini menunjukkan bahwa *beauty vlogger* menjadi dasar keputusan pembelian konsumen. Semakin baik ulasan *beauty vlogger*, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk scarlett whitening.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan *product quality* Terhadap *Buying Decision Process*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk scarlett whitening.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan *price* Terhadap *Buying Decision Process*. Hal ini menunjukkan bahwa Semakin baik harga pada sebuah produk, maka maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk scarlett whitening. Dalam membeli suatu produk,

konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah Penulis lakukan mengenai pengaruh *beauty vlogger*, *product quality* dan *price* Terhadap *Buying Decision Process* produk Scarlett Whitening. Pada variabel *beauty vlogger*, perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasarannya menggunakan *beauty vlogger* dalam mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Karena *beauty vlogger* berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Pada variabel *product quality*, perusahaan harus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produknya karena kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah perusahaan karena dengan kualitas produk yang baik perusahaan akan mampu bersaing dengan pesaing.

Pada variabel *price*, perusahaan harus mempertahankan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, karena harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan kelayakan harga sebelum melakukan pembelian.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak kelemahan dikarenakan adanya keterbatasan pada penulis. Kelemahan tersebut diantaranya adalah:

1. Jumlah responden yang hanya 150 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Kejujuran dari responden tidak terukur secara nyata, sedangkan hasil penelitian sangat bergantung pada kejujuran responden dalam menjawab kuesioner penelitian.

#### 5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdapat banyak keterbatasan dan ketidaksempurnaan dalam penelitian ini, untuk itu dalam penelitian selanjutnya diharapkan hasil penelitian dapat lebih baik lagi. Berikut beberapa saran agar penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang lebih baik lagi:

1. Bagi penelitian selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga hasil penelitian lebih akurat. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi perusahaan

- a. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *beauty vlogger* berpengaruh

Terhadap *Buying Decision Process*, diharapkan perusahaan dapat menjalin kerjasama yang lebih aktif dengan *beauty vlogger* dalam memasarkan produknya.

- b. Berdasarkan hasil penelitian *product quality* berpengaruh Terhadap *Buying Decision Process*, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.
- c. Berdasarkan hasil penelitian *price* berpengaruh Terhadap *Buying Decision Process*, maka perusahaan harus memberikan harga yang terjangkau kepada pelanggan dan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

