

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *beauty lifestyle*, *product quality*, dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase decision* skincare Ms Glow pada perempuan millennial di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran data berupa kuesioner kepada 130 orang responden perempuan millennial di Kota Padang yang pernah membeli skincare Ms Glow.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *beauty lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* skincare Ms Glow. Hal ini menunjukkan bahwa trend kecantikan menjadi alasan konsumen melakukan pembelian terhadap skincare Ms Glow. Semakin peduli seseorang terhadap trend, gaya dan mode maka akan semakin meningkat juga keputusan pembelian terhadap suatu produk.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* skincare Ms Glow. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan menjadi dasar keputusan konsumen melakukan pembelian terhadap skincare Ms Glow. Semakin bagus kualitas suatu produk maka akan semakin terpenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap suatu produk.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* skincare Ms Glow. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan dan review yang positif menjadi dasar keputusan konsumen melakukan pembelian terhadap skincare Ms Glow. Semakin bagus atau positif ulasan, review

terhadap produk dari konsumen lain maka akan semakin menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap produk sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian variabel independent yang terdiri dari *beauty lifestyle*, *product quality*, dan *electronic word of mouth* mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, namun secara keseluruhan perempuan millennial di Kota Padang yang menggunakan skincare Ms Glow setuju dengan pernyataan dari indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Pada variabel *beauty lifestyle*, perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan memberikan edukasi atau informasi mengenai pentingnya menjaga kesehatan kulit, dan mencegah permasalahan pada kulit dengan menggunakan skincare yang sesuai dengan kebutuhan kulit masing-masing konsumen.

Pada variabel *product quality*, perusahaan harus meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan kulit konsumen. Jika suatu produk bisa bekerja sesuai dengan kebutuhan konsumen maka akan tercipta konsumen yang loyal terhadap produk tersebut.

Pada variabel *electronic word of mouth*, hal ini berkaitan dengan kualitas produk. Jika perusahaan konsisten mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, maka strategi pemasaran berupa *electronic word of mouth* dapat terjadi dengan mudah. Ulasan dan review yang positif dari konsumen yang sudah pernah menggunakan skincare Ms Glow ini dapat menjadi wadah promosi bagi perusahaan untuk menarik konsumen lain atau baru untuk menggunakan skincare Ms Glow.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman penulis dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna dan masih banyak kelemahan yang terdapat pada penelitian ini. Kelemahan tersebut diantaranya adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada 130 orang responden, dimana dengan jumlah responden ini belum bisa menggambarkan secara keseluruhan konsumen skincare Ms Glow.
2. Peneliti hanya menganalisis 3 variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *beauty lifestyle*, *product quality*, dan *electronic word of mouth*.
3. Hasil pengisian kuesioner yang diisi oleh responden tidak dapat diukur kejujurannya secara nyata.

5.4 Saran Penelitian

Hasil dari penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, untuk itu diharapkan dalam penelitian selanjutnya didapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi dan mendekati sempurna. Berikut ini terdapat beberapa saran bagi peneliti selanjutnya agar penelitian ini lebih baik :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah jumlah sampel yang menjadi responden sehingga hasil penelitian yang didapat dapat mewakili lebih banyak lagi konsumen skincare Ms Glow. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel lain yang sesuai dengan fenomena-fenomena di masa akan datang.

2. Bagi Konsumen

Dilihat dari persaingan produk-produk skincare saat ini, semakin banyak produsen kosmetik menciptakan produk kecantikan dengan berbagai macam jenis. Konsumen harus bisa memilih produk yang sesuai dengan kondisi kulit masing-masing, karena

jenis kulit tiap orang berbeda-beda sehingga sering ditemukan konsumen yang tidak cocok dengan suatu merek produk skincare. Hal ini tidak selalu karena skincare tersebut memiliki kualitas yang buruk, tetapi terkadang konsumen salah dalam memilih jenis skincare sehingga tidak sesuai dengan permasalahan kulitnya. Kesalahan lainnya bisa juga karena tata cara atau urutan pemakaian skincare yang tidak benar. Oleh karena itu, konsumen diharapkan dapat melakukan konsultasi dengan *beauty consultant* di masing-masing reseller pembelian.

