

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yakni data yang dikumpulkan langsung dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap minat beli Lipstik Maybelline. Sebanyak 135 orang sampel yakni konsumen yang memiliki keinginan kuat untuk membeli lipstik Maybelline diketahui bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi minat beli secara signifikan. Sedangkan citra merek, dan harga mempengaruhi minat beli secara signifikan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
2. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi baik bagi konsumen maupun bagi pihak Maybelline. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan dapat memberikan nilai yang positif di mata konsumen, serta juga melakukan inovasi-inovasi baru pada produknya agar konsumen memiliki keinginan yang kuat untuk membeli lipstik Maybelline.

Maybelline juga diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai suatu referensi atau acuan dalam mengambil kebijakan serta menyusun strategi untuk dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, Maybelline harus semakin gencar melakukan promosi, sehingga konsumen akan semakin mempercayai kinerja dari lipstik Maybelline yang dapat menumbuhkan minat beli konsumen.

Pada variabel citra merek, sebagian besar konsumen telah memiliki persepsi nilai yang baik terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline. Akan tetapi terdapat indikator yang harus ditingkatkan, kebanyakan dari responden menjawab cukup setuju seperti pada indikator dari segi pilihan produk dari lipstik Maybelline dan lipstik Maybelline juga harus mengikuti pola hidup perkembangan *trend* masa kini. Pihak Maybelline harus tetap berusaha menjaga nilai produk dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan tetap memberikan produk lipstik yang berkualitas dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Pada variabel harga, sebagian besar konsumen telah memiliki persepsi nilai yang baik terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline. Akan tetapi terdapat

indikator yang harus ditingkatkan, kebanyakan dari responden menjawab cukup setuju seperti pada indikator dari segi harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Sebaiknya pihak Maybelline harus tetap berusaha menjaga nilai produk yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam melakukan penelitian ini karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian masih kurang luas karena objek dalam penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswi yang memiliki keinginan yang kuat untuk membeli lipstik Maybelline pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang, sehingga dapat mengurangi keakuratan dalam penelitian.
2. Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga hasil penelitian ini belum memiliki tingkat akurasi yang kuat.
3. Jumlah variabel yang diteliti hanya tiga variabel yakni kualitas produk, citra merek, dan harga.

5.4 Saran - Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

5.4.1 Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat memberikan kontribusi terhadap minat beli konsumen, selain dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Responden sebaiknya berasal dari kalangan yang lebih beragam sehingga hasil yang didapatkan lebih baik dan maksimal contohnya menyebarkan kuesioner secara online mengingat penelitian ini hanya terbatas pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang saja.
3. Diharapkan adanya penambahan objek lain agar hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap minat beli dapat lebih diperkuat lagi.

5.4.2 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, ada beberapa pernyataan yang mendapatkan jawaban negatif dari responden, seperti pada salah satu indikator variabel kualitas produk bahwa responden cenderung lebih tertarik hanya membaca tentang produk Lipstik Maybelline saja dibandingkan untuk memberikan respon atau mencari informasi mengenai spesifikasi berupa kualitas produk dan harga yang sesuai. Hal ini harus dapat ditanggulangi oleh pihak Maybelline dengan lebih mempertimbangkan terhadap penyampaian informasi produk yang menarik agar membangkitkan keinginan dan

semangat konsumen untuk membeli produk lipstik Maybelline. Selain itu, *value* dari *brand* Maybelline bekerja sama dengan model dunia yang berasal dari model *victoria secret* yaitu Gigi Hadid sebagai *brand ambassador* produk Maybelline sehingga membuat produk Maybelline memiliki citra merek yang kuat dimata konsumen yang dapat menimbulkan minat beli konsumen.

Selanjutnya pada variabel citra merek terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden, kebanyakan dari responden menjawab cukup setuju seperti pada indikator dari segi pilihan produk dari lipstik Maybelline dan lipstik Maybelline juga harus mengikuti pola hidup perkembangan *trend* masa kini. Pihak Maybelline harus tetap berusaha menjaga nilai produk dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan tetap memberikan produk lipstik yang berkualitas dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Pada variabel harga, sebagian besar konsumen telah memiliki persepsi nilai yang baik terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline. Akan tetapi terdapat indikator yang harus ditingkatkan, kebanyakan dari responden menjawab cukup setuju seperti pada indikator dari segi harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Sebaiknya pihak Maybelline harus tetap berusaha menjaga nilai produk yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Meskipun sebagian besar konsumen telah memiliki persepsi nilai yang baik terhadap minat beli produk Lipstik Maybelline, akan tetapi perusahaan diharapkan tetap memperhatikan nilai produk yang diberikan kepada konsumen terutama dalam hal harga yang

ditawarkan sebanding dengan nilai produk yaitu memberikan *discount* dan bonus pada waktu-waktu tertentu sehingga menimbulkan minat beli konsumen.

