

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang di berikan maka minat beli pengguna *skincare* skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Branding berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik branding dalam hal citra produk maka minat beli pengguna *skincare* skintifik di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik indikator kinerja kualitas produk maka minat beli pengguna *skincare* skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik daya saing harga maka keputusan pembelian pengguna *skincare* skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis keempat diterima.
5. Branding berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra pembuat maka keputusan

pembelian pengguna skincare skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis kelima diterima.

6. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk dalam hal keandalan maka keputusan pembelian pengguna skincare skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis keenam diterima.
7. Minat beli berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik minat beli maka keputusan pembelian pengguna skincare skintific di Kota Madiun akan semakin meningkat, sehingga hipotesis ketujuh diterima.
8. Minat beli dapat memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil pengujian yang sudah dilakukan, peneliti bisa membuktikan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada produk skincare skintific menunjukkan bahwa banyak konsumen yang berminat untuk membeli produk skincare skintific karena produk tersebut memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan terjangkau di kalangan masyarakat, sehingga hipotesis ke delapan diterima.
9. Minat beli dapat memoderasi pengaruh branding terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil pengujian yang sudah dilakukan, peneliti bisa membuktikan bahwa pengaruh *branding* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada produk skincare skintific menunjukkan bahwa banyak konsumen yang berminat untuk membeli produk skincare skintific karena produk tersebut memiliki *brand* yang baik dan terkenal di kalangan masyarakat, sehingga hipotesis kesembilan diterima.

10. Minat beli dapat memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil pengujian yang sudah dilakukan, peneliti bisa membuktikan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada produk skincare skintific menunjukkan bahwa banyak konsumen yang berminat untuk membeli produk skincare skintific karena produk tersebut memiliki fitur dan ketahanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga hipotesis kesepuluh diterima.

## **B. Implikasi Penelitian dan Saran**

### **1. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka implikasi dari penelitian ini sebagai berikut:

#### **a) Bagi Perusahaan**

Penelitian ini bisa membantu perusahaan sebagai bahan untuk evaluasi keputusan pembelian konsumen dengan mempertahankan dan menginovasi produk-produk terbaru untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan konsumen agar lebih lengkap.

#### **b) Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan agar menambah pengetahuan dan pertimbangan untuk minat konsumen dalam melakukan pembelian produk Skincare Skintifik pada Program Afiliator di Tiktok Shop

### **2. Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan. Berikut merupakan saran dari peneliti:

a) Pihak Perusahaan

Bagi perusahaan Skincare Skintific pada Program Afiliator di Tiktok Shop diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan produk, serta terus melakukan inovasi ataupun menciptakan berbagai produk yang baru yang dapat disesuaikan pada kebutuhan masyarakat, sebab jika harga, branding, dan kualitas produk dalam kondisi baik, maka keputusan pembelian skincare skintific akan meningkat

b) Konsumen atau Masyarakat

Bagi konsumen atau masyarakat diharapkan untuk lebih bijak dan teliti dalam mencari berbagai informasi mengenai produk yang ada dipasaran. Saling berbagi informasi tentang kualitas produk kepada masyarakat luas agar masyarakat mengenal dan berminat untuk membeli produk Skincare Skintifik pada Program Afiliator di Tiktok Shop.

c) Rekomendasi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini memiliki gambaran tentang adanya variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening yang saling mempengaruhi dan tidak mempengaruhi satu sama lain dengan populasi masyarakat Kota Madiun. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan menggunakan variabel lainnya, menggunakan teori dan cara analisis lainnya juga untuk menghasilkan penemuan baru yang dapat bermanfaat bagi semua orang.