

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan dan penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hils *Beauty* di Lampung Timur yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur dengan t_{hitung} sebesar $4,860 > t_{tabel}$ 1,66 dan taraf signifikan $(0,000) < 0,05$.
2. *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur dengan t_{hitung} 3,094 $> t_{tabel}$ 1,66 dan taraf signifikan $(0,003) < 0,05$.
3. Kualitas produk dan brand trust berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur dengan F_{hitung} sebesar $43,690 > F_{tabel}$ 3,11 dan taraf signifikan $(0,000 < 0,05)$.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian pengujian hipotesis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Klinik Kecantikan Hils *Beauty*

- a. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur. Oleh karena itu, pemilik Hils *Beauty* diharapkan mampu untuk menambahkan varian produk yang baru seperti untuk kelembapan bibir yang dapat dipakai mulai dari umur 12 tahun keatas, pencerah lipatan seperti ketiak, lutut, belakang leher dan lainnya yang dapat dipakai semua kalangan baik laki-laki maupun perempuan, serta aman digunakan untuk pelajar/ mahasiswa, karyawan bahkan ibu rumah tangga. Produk Hils *Beauty* sudah memiliki ketahanan masa pakai yang sudah tertera pada kemasan produk yakni selama kurang lebih 1 tahun, hal tersebut harus tetap dipertahankan karena mampu menarik perhatian konsumen sehingga mampu untuk menciptakan keputusan konsumen yang dapat dijadikan sebagai acuan menentukan langkah yang lebih membangun.
- b. *Brand Trust* atau kepercayaan merek menunjukkan bagaimana reputasi klinik kecantikan Hils *Beauty* dimata konsumen, untuk mengantisipasi hal buruk sebaiknya pemilik lebih memperhatikan kembali mengenai merek Hils *Beauty* dengan menumbuhkan rasa kepercayaan, keamanan serta kejujuran merek kepada setiap konsumen seperti lebih jelas dalam menuliskan komposisi dalam

produk supaya konsumen dapat dengan mudah mengetahui kandungan yang terdapat dalam suatu produk dan supaya konsumen dapat mengetahui bagaimana cara penyimpanan produk apabila mengetahui komposisi dari produk yang dipakai. Selain itu, menuliskan cara pemakaian produk baik untuk produk racikan maupun non racikan juga dirasa sangat penting untuk membantu setiap konsumen dalam pemakaian sehingga mampu dengan cepat membantu perawatan kebutuhan setiap konsumen. Pada Klinik Kecantikan Hils *Beauty* di Lampung Timur, produk yang digunakan merupakan produk yang sudah BPOM sehingga banyak konsumen yang percaya. Hal tersebut harus tetap dipertahankan sebab keputusan pembelian tercipta karena adanya kepercayaan, keamanan dan kejujuran merek.

- c. Keputusan pembelian berkaitan dengan keinginan konsumen, pihak Hils *Beauty* diharapkan mampu memahami kebutuhan yang diperlukan oleh setiap konsumen dan kepuasan yang diberikan oleh konsumen guna menambah reputasi yang baik dari konsumen sehingga konsumen dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, pihak Hils *Beauty* juga harus tetap mempromosikan produk melalui media *social* dengan mempertahankan keunggulan produknya dan manfaat yang diberikan sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhan. Pihak Hils *Beauty* juga harus

memperhatikan dalam penjualan produknya karena harga yang ditawarkan mampu mempengaruhi keputusan pembelian oleh karena itu harga yang ditawarkan diharapkan bisa lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya, apabila harga lebih tinggi harus disesuaikan juga dengan pesaing lainnya sehingga konsumen tidak merasa keberatan dengan adanya harga yang ditawarkan untuk sebuah produk dari Hils *Beauty*, sehingga konsumen dapat menyesuaikan pembelian produk dengan kebutuhan kulit masing-masing.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penulis berharap peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lainya dalam melakukan penelitian supaya memperluas lagi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Penulis berharap juga kepada peneliti selanjutnya bisa memperluas ruang lingkup dari jumlah populasi dan sampel, dengan mengambil jumlah sampel yang lebih banyak lagi serta pada lokasi yang berbeda supaya penelitian selanjutnya bisa lebih optimal.

