

## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### 5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang dijelaskan pada bab sebelumnya didapat sejumlah kesimpulan dari penelitian:

1. Influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific, dengan begitu hipotesis yang diajukan terbukti.
2. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific, dengan begitu hipotesis yang di ajukan tidak terbukti.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific, dengan begitu hipotesis di ajukan terbukti.
4. Influencer, citra merek dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific, dengan begitu hipotesis diajukan terbukti.

#### 5.2 Saran

Hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan sudah dijelaskan diatas, terdapat beberapa saran:

1. Agar tetap dapat meningkatkan keputusan pembelian produk *skincare* Skintific, perusahaan tetap gencar melaksanakan promosi produk dengan melibatkan Influencer yang dengan kredibilitas yang baik.

2. Perusahaan Skintific diharapkan meningkatkan citra merek dari produknya dengan memperbaiki atribut dalam produk, riset, atau melaksanakan pengembangan produk.
3. Perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen dengan lebih meningkatkan kualitas produk Skintific.
4. Disarankan meneliti faktor-faktor selain citra merek, kualitas produk, dan influencer yang diyakini mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian selanjutnya. Pasalnya, keputusan membeli produk skincare Skintific dipengaruhi oleh beberapa faktor yang penulis abaikan.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Ada sejumlah batasan dalam penelitian tertulis, yakni:

1. Masih banyak faktor lain, seperti harga, promosi, desain produk, promosi dari mulut ke mulut, dan kepercayaan merek, mungkin mempengaruhi keputusan pembelian namun belum diteliti dalam penelitian tertulis. Riset tertulis hanya berfokus pada influencer, citra merek, dan kualitas produk.
2. Pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner, memungkinkan responden yang tidak cukup tulus dalam mengisi kuesioner serta mungkin memberikan hasil kurang ideal.
3. Subjek penelitian yang hanya di targetkan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Jumlah dari responden penelitian tertulis yang hanya 88 orang.