

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut hasil pengolahan data serta analisa data yang telah dilakukan oleh peneliti dengan rumusan masalah pada penelitian ini terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25 menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X1) *body care scarlett whitening* termasuk kategori baik karena 77 responden dengan presentase 75,7% memilih kategori cukup baik.
2. Berdasarkan analisis dan peritunngan data yang sudah dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 menghasilkan kesimpulan bahwa variabel promosi (X2) *body care scarlett whitening* termasuk kategori baik karena 87 responden dengan presentase 85,4% memilih kategori cukup baik.
3. Berdasarkan analisis serta perhitungan data yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 menghasilkan kesimpulan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) *body care scarlett whitening* termasuk kategori baik karena 75 responden dengan presentase 73,6% memilih kategori cukup baik.
4. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS 25, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan

pembelian *body care* scarlett whitening. Hal tersebut dapat dilihat pada uji T memperoleh nilai sebesar 8,235. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,235 > 1,984$ yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

5. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS 25, variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening. Hal tersebut dapat dilihat pada uji T memperoleh nilai sebesar 6,707. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,707 > 1,984$ yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian.
6. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi berganda, menunjukkan nilai R sebesar 0,679 yang berada pada interval 0,61 – 0,80 menunjukkan koelasi yang kuat. Menurut hasil diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) *body care* scarlett whitening. Kemudian dilihat dari uji regresi linier berganda pada tabel 4.16 yang menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,551 + 0,321 X1 + 0,295 X2$. Hasil koefisien determinasi atau R square sebesar 0,461 atau sama dengan 46,1%. Maksud dari pernyataan ini adalah bahwa kualitas produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *body care* scarlett whitening

sebesar 46,1% dan sisa 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu lokasi dan harga.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha

- a. Hasil dari penelitian, diketahui bahwa kualitas produk *body care scarlett whitening* mendapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening*. Hasil ini membuat peneliti menyarankan agar menjaga dan mempertahankan kualitas yang dimiliki oleh produk *body care scarlett whitening* agar menambah pelanggan yang lebih banyak.
- b. Untuk promosi, dalam penelitian ini diketahui mendapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening*. Maka dari itu promosi dari produk *scarlett whitening* tergolong baik. Hasil ini membuat peneliti menyarankan agar promosi dari produk *body care scarlett whitening* ini ditingkatkan dengan lebih kreatif dan inovatif untuk menarik minat pembeli.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan faktor bauran pemasaran atau *marketing mix* yang lain karena penelitian yang telah dilakukan faktor kualitas produk dan promosi memperoleh

presentase 46,1%. Dengan kata lain masih ada faktor lokasi dan harga yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening*. Serta diharapkan agar penelitian selanjutnya mampu mengumpulkan data yang lebih baik guna memperoleh hasil yang baik pula.