

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap konsumen muslim di Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil 92 (95,1%) responden menyatakan bahwa produk Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri termasuk dalam kategori baik.
2. Untuk analisis data variabel produk, diperoleh hasil 69 (70,8%) responden menyatakan bahwa promosi Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri termasuk dalam kategori baik.
3. Untuk analisis data variabel keputusan pembelian, diperoleh hasil 85 (97,7%) responden menyatakan bahwa keputusan pembelian Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri termasuk dalam kategori baik.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa produk berpengaruh

terhadap keputusan pembelian pada Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri.
6. Pada analisis korelasi *product moment* dan regresi diperoleh R sebesar 0,649 dan berada pada interval 0,50-0,699. Hal itu menunjukkan bahwa antara variabel produk (X_1) dan promosi (X_2) dengan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki derajat hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 13,022 + 0,363 X_1 + 0,408 X_2$ dan nilai sig sebesar $0,007 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri secara signifikan dan searah. Hasil analisis koefisien determinasi atau *R square* diperoleh sebesar 0,422 atau sebesar 42,2%, artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk dan promosi. Sedangkan sisanya 57,8% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu harga dan lokasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Naavaagreen *Natural Skin Care*

- a. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel produk termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Maka, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus menjaga kualitas dari produk Naavaagreen *Natural Skin Care* sehingga konsumen juga akan melakukan pembelian ulang di Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga harus ditingkatkan agar konsumen semakin merasa puas terhadap Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri.
- b. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Maka, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus meningkatkan strategi promosi yang saat ini sudah dilakukan oleh Naavaagreen *Natural Skin Care* cabang Kediri.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan

pembelian, karena kontribusi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 42,2%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.