

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh *quality product*, variasi produk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian moisturizer skintific di Kabupaten Kebumen, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel *quality product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *quality product* mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik yakni yang mampu memberikan keinginan, kebutuhan, dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen memberikan nilai yang tinggi sehingga ketika kualitas produk semakin ditinggikan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
2. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel *quality product*, variasi produk dan *celebrity endorser* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *quality product*, variasi produk dan *celebrity endorser* secara bersama-sama mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare moisturizer skintific.

5.2. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *quality product*, variasi produk dan *celebrity endorser* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific oleh karena itu ketiga variabel tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dengan semakin tingginya variabel *quality product*, variasi produk dan *celebrity endorser* pada produk moisturizer skintific maka tingkat penjualan akan semakin meningkat.

1. *Quality Product* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian moisturizer skintific oleh karena itu perusahaan harus terus menjaga dan meningkatkan *quality product* yang diproduksi oleh perusahaan sehingga konsumen dapat memiliki rasa kepercayaan terhadap produk tersebut. Hal ini penting untuk dilakukan perusahaan agar para konsumen tidak merasakan

kekecewaan karena menurunnya tingkat *quality product* yang juga dapat berdampak pada menurunnya tingkat pembelian terhadap moisturizer skintific.

2. Variasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk moisturizer skintific sehingga perusahaan harus terus mempertahankan variasi produk yang sudah ada dan bisa menambahkan inovasi baru produknya. Variasi produk yang dapat dibuat dari jenis, warna dan sebagainya yang memiliki kualitas baik dibenak para konsumen. Dalam mempertahankan variasi produk yang baik, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan konsumen terhadap merek.
3. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian moisturizer skintific oleh karena itu sebaiknya perusahaan dapat memilih dan menjalin kerjasama dengan *celebrity endorser* yang kompeten dan ahli serta yang sudah dikenal oleh masyarakat untuk melakukan *review* produk kecantikan, sehingga dapat timbul adanya kepercayaan dalam melakukan keputusan pembelian akan suatu produk moisturizer skintific semakin tinggi dimata para konsumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *quality product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian moisturizer skintific . Hal tersebut menunjukan bahwa semakin tinggi *quality product*

maka keputusan pembelian konsumen akan ikut meningkat. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Montolalu, et al (2021) mengemukakan bahwa secara parsial menunjukkan variabel *qua* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *moisturizer skintific*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak variasi produk maka keputusan pembelian konsumen akan ikut meningkat. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nafsyiah et al (2023) bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *moisturizer skintific*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *celebrity endorser* maka keputusan pembelian konsumen akan ikut meningkat. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pratiwi et al (2023) mengemukakan bahwa secara parsial menunjukkan variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.