

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk, *brand image*, *beauty vlogger* dan label halal terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda dan pembahasan hasil penelitian pada 272 responden yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada lipstik Maybelline Superstay Matte Ink. Hal ini menunjukkan bahwa semakin ditingkatkannya kualitas produk, maka keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan tinggi nilai citra merek maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Beauty Vlogger* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak *beauty vlogger* yang memperkenalkan lipstik Maybelline Superstay Matte Ink maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink.
5. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *brand image*, *beauty vlogger*, dan label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikansi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabftupaten Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini telah dilaksanakan serta diusahakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan, sebagai berikut.

1. Proses pengumpulan data pada penelitian ini hanya dilakukan melalui pembagian kuesioner menggunakan link google form yang dibagikan secara online.
2. Penelitian ini menjelaskan bahwa 59,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, *brand image*, *beauty vlogger* dan label halal sedangkan sisanya 40,9% berada di variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

3. Variabel yang diteliti masih dirasa belum cukup untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti *brand ambassador*, *brand trust*, promosi, dan lainnya.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penelitian memberikan beberapa implikasi terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian, yaitu sebagai berikut.

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen Maybelline, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, peneliti menyarankan perusahaan atau merek untuk mengembangkan strategi pemasaran yang mengutamakan kualitas produk. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap variabel kualitas produk. Bagi konsumen lipstik Maybelline, diharapkan Maybelline

terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, bagi konsumen lipstik Maybelline diharapkan untuk menjaga *brand image* yang baik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Maybelline diharapkan untuk memperhatikan dan berusaha menjaga citra positif mereka terutama di pasar Indonesia. Hal ini merupakan cara untuk membuat brand Maybelline agar tetap menjadi kepercayaan konsumen, mudah diingat dan menjadikan produk lebih terkenal terutama di pasar Indonesia. Upaya yang dilakukan pihak manajemen Maybelline untuk meningkatkan keputusan pembelian, yaitu dengan cara memberikan edukasi kepada konsumen mengenai lipstik Maybelline agar lebih dikenal terkait reputasi *brand image* lipstik Maybelline yang baik dan konsumen dengan mudah mengingat brand tersebut.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *beauty vlogger* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Implikasinya adalah penting bagi perusahaan Maybelline untuk berkolaborasi dengan

beauty vlogger. *Beauty vlogger* mempunyai pengaruh dalam menciptakan keputusan pembelian dikarenakan *beauty vlogger* merekomendasikan atau mereview suatu produk. Rekomendasi atau ulasan dari vlogger yang dipercaya konsumen, dapat memberi pengaruh besar pada keputusan pembelian pengikutnya. Konten yang dibuat oleh *beauty vlogger* sering kali lebih menarik dan kreatif daripada iklan. Biasanya *beauty vlogger* sering menggunakan produk dalam tutorial makeup atau ulasan produk yang memungkinkan konten tersebut viral dan tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan menjalin kolaborasi dengan *beauty vlogger* yang merupakan strategi pemasaran dapat meningkatkan keputusan pembelian.

4. Penelitian ini menunjukan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup terhadap label halal. Oleh karena itu, bagi konsumen lipstik Maybelline kedepannya memberikan informasi atau edukasi yang lebih jelas kepada konsumen tentang status halal produk mereka. Ini dapat dilakukan melalui label disemua produk, situs web perusahaan, kampanye pemasaran atau bisa dengan berkolaborasi dengan komunitas muslim lokal.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian di mana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis ada penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ismayana & Hayati, 2018) bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lipstik Pixy.

2. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani et al., 2022) bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Make Over. Dan penelitian terdahulu lainnya juga dilakukan oleh Dian Ajeng Wahyuningrum (2023) yang menyatakan bahwa *brand*

image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bedak padat Wardah di Kebumen.

3. Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *beauty vlogger* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh (Wardhani et al., 2022) menyatakan bahwa *beauty vlogger* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over.

4. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fathurrahman & Anggesti, 2021) menyatakan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Safi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani et al., 2022) juga menyatakan bahwa label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over pada toko kosmetik Arum *Beauty Shop* Lawang.