

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *hand and body lotion* Nivea di Kabupaten Kebumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *hand and body lotion* Nivea di Kabupaten Kebumen. Artinya, ketika kualitas produk *hand and body lotion* Nivea semakin baik maka keputusan pembelian pada produk tersebut akan semakin meningkat.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kabupaten Kebumen. Artinya, semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap produk *hand and body lotion* merek Nivea maka keputusan pembelian pada produk tersebut akan semakin meningkat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kabupaten Kebumen. Artinya, apabila iklan dari produk *hand and body*

lotion Nivea semakin baik dan menarik maka keputusan pembelian pada produk tersebut akan semakin meningkat.

4. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang diperoleh, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kepercayaan merek, dan iklan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea.

5.2. Keterbatasan

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan pada penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya mampu menjelaskan 67,9% variasi dari keputusan pembelian, sedangkan sisanya yaitu 32,1% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar penelitian ini.
2. Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan bantuan *google form*, namun tidak semua responden memiliki kemampuan yang baik dalam mengakses serta menggunakan *google form*.
3. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner sehingga isi dari kuesioner tidak dapat dipahami secara utuh apabila penentuan responden tidak tepat, karena terkadang terdapat adanya perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman dari tiap responden.
4. Sesuai perhitungan sampel, jumlah minimum responden adalah 96. Untuk mengantisipasi kuesioner yang mengalami kerusakan atau ketidaksesuaian

maka dilakukan pengumpulan hingga 104 kuesioner, tetapi 4 kuesioner tidak memenuhi syarat sehingga pada penelitian ini kuesioner yang dapat diolah hanya sebanyak 100 kuesioner.

5.3. Implikasi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi bagi penulis maupun bagi penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

5.2.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, terdapat beberapa saran dari penulis bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea, maka bagi pihak perusahaan diharapkan dapat terus menjaga konsistensi kualitas produknya serta terus meningkatkan kualitas produknya agar semakin sesuai dengan harapan konsumen. Perusahaan dapat terus berinovasi dengan menambahkan kandungan baru mengikuti perkembangan dunia kosmetik yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea, maka bagi pihak perusahaan diharapkan dapat terus menjaga kepercayaan konsumen terhadap

produknya. Perusahaan harus selalu memberikan yang terbaik bagi para konsumennya dan terus membangun hubungan yang positif dengan konsumen, sehingga dapat terus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea, maka bagi pihak perusahaan diharapkan untuk terus melakukan periklanan dengan membuat iklan yang berkualitas sehingga semakin menarik perhatian konsumen. Perusahaan juga dapat lebih gencar lagi melakukan periklanan agar dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas lagi.

5.2.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, terdapat beberapa saran dari penulis bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas suatu produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada produk tersebut. Nivea selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen dengan menghadirkan produk-produk yang berkualitas dan dapat diandalkan. Produk yang berkualitas dan memiliki manfaat dalam mengatasi permasalahan

- kulit yang dirasakan konsumen mampu menciptakan keputusan pembelian pada produk *hand and body lotion* Nivea. Studi ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Anam *et al* (2020) dan Febrianti (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan konsumen terhadap merek *hand and body lotion* Nivea maka dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk tersebut. *Hand and body lotion* Nivea yang sudah dikenal oleh masyarakat luas memberi rasa aman kepada konsumen saat menggunakan produk tersebut. Konsumen juga akan merasa nyaman dalam menggunakan suatu produk ketika sudah memiliki rasa percaya terhadap produk tersebut, sehingga konsumen akan cenderung memutuskan untuk membeli produk dengan merek terpercaya. Studi ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Inggasari & Hartati (2022) dan Wardani & Maskur (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea. Dengan menayangkan iklan dari produk *hand and body*

lotion Nivea di berbagai *platform* dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas lagi. Iklan yang efektif dapat menarik perhatian pemirsa, informasi mengenai produk yang disampaikan dalam iklan akan menarik perhatian konsumen sehingga menciptakan keputusan pembelian oleh konsumen. Studi ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Ali *et al* (2022) dan Gustini & Istiqomah (2020) yang menyatakan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

