

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh penulis mengenai pengaruh kualitas produk dan *E-Service Quality official store* skincare Somethinc pada Shopee terhadap keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil kategorisasi variabel kualitas produk berada dalam kategori sangat baik, namun masih terdapat persepsi konsumen yang mempunyai nilai dibawah rata-rata yaitu item Produk Somethinc mudah diaplikasikan berdasarkan persepsi responden dikarenakan menurut responden *applicator* Produk Somethinc mudah patah. Hasil hipotesis diduga ada pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian Somethinc yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas produk Somethinc terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai perhitungan t hitung lebih besar dibandingkan t tabel yaitu sebesar $(7,748) > t$ table $(1,960)$.
2. Hasil kategorisasi variabel *E-Service Quality* berada dalam kategori sangat baik, namun masih terdapat persepsi konsumen yang mempunyai nilai dibawah rata-rata yaitu item *Official Store* Somethinc di Shopee memiliki admin *fast respon* dalam membalas chat dari konsumen berdasarkan persepsi responden dikarenakan menurut responden rata-rata admin membalas chat lebih dari tiga menit. Hasil hipotesis diduga ada pengaruh antara *E-Service Quality Official Store* Somethinc di Shopee

dengan keputusan pembelian yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *E-Service Quality* Somethinc terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai perhitungan t hitung lebih besar dibandingkan t table yaitu sebesar $(7,414) > t$ table $(1,960)$.

3. Hasil hipotesis diduga ada pengaruh antara kualitas produk dan *E-Service Quality Official Store* Somethinc di Shopee yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian Produk Somethinc pada *Official Store* Somethinc di Shopee.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil Kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat berguna dan memberikan manfaat agar dapat direalisasikan oleh Somethinc sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada rekapitulasi variabel kualitas produk, indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata yaitu Produk Somethinc mudah diaplikasikan, Produk Somethinc mampu bertahan baik jika disimpan dalam waktu yang lama, manfaat Produk Somethinc sesuai dengan yang dijanjikan/tertera pada label kemasan produk, dan Produk Somethinc aman untuk kulit wajah. dalam hal ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu:
 - a. Produk serum perlu perbaikan pada komposisi pembuatan *applicator* agar lebih kuat, tidak mudah patah, dan tetap nyaman ketika digunakan.

- b. Produk *sunscreen* perlu dilakukan perbaikan terhadap komposisi produk yang cenderung cepat mengalami oksidasi.
 - c. Produk pelembab perlu perbaikan karena efek yang didapatkan tidak bersifat permanen.
 - d. Produk serum, *sunscreen*, dan pelembab perlu perbaikan terhadap komposisi bahan-bahannya karena beberapa responden mengeluhkan timbulnya jerawat setelah pemakaian.
2. Berdasarkan pada rekapitulasi variabel *E-Service Quality*, indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata yaitu admin *Official Store Somethinc* di Shopee *fast respon* dalam memnalas chat konsumen. Dalam hal ini, peneliti dapat menyarankan kepada pihak Somethinc terutama admin melalui membalas chat *fast respon* agar konsumen tidak menunggu lama sehingga lebih cepat dalam memutuskan untuk membeli produk.
3. Berdasarkan pada rekapitulasi variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata yaitu responden sering membeli Skincare Somethinc dibandingkan skincare merek lain. Dalam hal ini, peneliti dapat menyarankan kepada pihak Somethinc untuk memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan agar konsumen tidak beralih ke *skincare* sejenis dari merek lain.