

BAB IV PENUTUP

Pada bab sebelumnya telah dipaparkan informasi yang diperoleh beserta analisis datanya. Sehingga, pada bab ini dapat disimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari peneliti yang dapat bermanfaat untuk keputusan pembelian *sunscreen* Emina *cosmetics* di Watson DP Mall Semarang.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan kepada 97 responden dengan judul pengaruh *product attributes* dan citra merek terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina *cosmetics* (studi pada konsumen Sunscreen Emina Cosmetics di Watsons DP Mall Semarang) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Product attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina *cosmetics*. Penilaian yang diberikan oleh responden terhadap *product attributes* yaitu kualitas bahan-bahan yang berkualitas, tekstur yang lembut, kemasan produk yang higienis dan praktis, harga yang sangat terjangkau sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian *sunscreen* Emina *cosmetics*. Meskipun demikian, terdapat beberapa keluhan dari responden mengenai konsistensi *sunscreen* Emina *cosmetics* yang berminyak, *sunscreen* Emina *cosmetics* dapat memperparah kondisi jerawat dan menimbulkan iritasi pada kulit beberapa konsumen, tidak memiliki pengaruh yang begitu besar dalam melindungi kulit dari paparan sinar matahari dan harus sering untuk mengaplikasikan produknya kembali.

2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen Emina cosmetics*. Penilaian yang diberikan oleh responden terhadap citra merek yaitu logo yang mudah dikenali, nama merek yang mudah diingat dan menarik. Nama merek yang menggunakan diksi yang mudah diingat dan mudah dilafalkan, elemen desain produk yang mudah dikenali, dan bermanfaat untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari. Meskipun demikian, terdapat beberapa keluhan dari responden mengenai slogan terbaru *sunscreen Emina cosmetics* “*Auteentic Beauty*” yang tidak mudah dikenali, tidak cukup dapat diandalkan untuk sebuah produk *sunscreen*, dan pengalaman buruk beberapa responden yang merasa bahwa *sunscreen Emina cosmetics* membuat kulit jadi lebih berminyak.
3. *Product attributes* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen Emina cosmetics*. responden yang mantap dalam membuat keputusan pembelian produk *sunscreen Emina cosmetics*, karena *sunscreen Emina cosmetics* memiliki kualitas bahan-bahan yang berkualitas, tekstur yang lembut, kemasan yang higienis dan praktis serta harga yang terjangkau khususnya bagi pelajar, responden memiliki kebiasaan sering melakukan keputusan pembelian karena produk *sunscreen* adalah salah satu kebutuhan dalam melindungi kulit wajah dari paparan sinar matahari, responden memiliki frekuensi sering melakukan keputusan pembelian ulang produk *sunscreen Emina cosmetics* karena produk tersebut mempunyai kualitas bahan-bahan yang baik dan harga yang sangat terjangkau. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperbaiki karena ada 1 item pertanyaan yang

kurang dari nilai rata-rata. Hal tersebut disebabkan karena beberapa responden merasa bahwa mereka tidak cocok dengan produk *sunscreen* Emina *cosmetics* sehingga tidak memberikan rekomendasi produk *sunscreen* Emina *cosmetics* kepada orang lain. Selain itu, responden juga jarang membicarakan tentang produk perawatan kulit bersama dengan teman atau sekelingnya.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berupaya untuk memberikan saran atau masukan yang diharapkan dapat membantu perusahaan. Berikut saran-saran yang dapat peneliti berikan:

1. Dalam variabel *product attributes* terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki oleh produk *sunscreen* Emina *cosmetics*. Hal ini disebabkan adanya penilaian responden mengenai *product attributes* dimana terdapat 3 item pertanyaan yang mempunyai nilai di bawah rata-rata yaitu konsistensi *sunscreen* Emina *cosmetics* yang berminyak, *sunscreen* Emina *cosmetics* dapat memperparah kondisi jerawat dan menimbulkan iritasi pada kulit beberapa konsumen, dan *sunscreen* Emina *cosmetics* tidak memiliki pengaruh yang begitu besar dalam melindungi kulit dari paparan sinar matahari serta harus sering untuk mengaplikasikan produknya kembali. Oleh karena itu perlu menjadi evaluasi produk dengan memberikan produk *sunscreen* yang memiliki konsistensi tidak berminyak dan cocok untuk kulit berjerawat serta cocok untuk kulit yang mudah iritasi (sensitif), selain itu juga memberikan produk *sunscreen* yang dapat memberikan perlindungan lebih lama.

2. Dalam variabel citra merek terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki oleh produk sunscreen Emina *cosmetics*. Hal ini disebabkan adanya penilaian responden mengenai *product attributes* dimana terdapat 3 item pertanyaan yang kurang dari nilai rata-rata. Hal tersebut disebabkan oleh slogan terbaru sunscreen Emina *cosmetics* “*Auteentic Beauty*” yang tidak mudah dikenali karena sulit diucapkan dan jarang ditemui, sunscreen Emina *cosmetic* tidak cukup dapat diandalkan untuk sebuah produk sunscreen, dan pengalaman buruk beberapa responden yang merasa bahwa sunscreen Emina *cosmetics* membuat kulit jadi lebih berminyak. Oleh karena itu, perlu menjadi evaluasi merek dan produk sunscreen Emina *cosmetics* dengan menciptakan slogan baru yang mudah dikenali, mudah diucapkan, dan mudah ditemui dengan melakukan kampanye pemasaran yang lebih luas. Selain itu, sunscreen Emina *cosmetics* dapat berkembang menjadi sebuah produk sunscreen yang dapat lebih diandalkan dan memberikan pengalaman yang baik pada konsumen dengan melakukan inovasi dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, karena apabila konsumen memiliki pengalaman yang baik maka akan ada kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan melakukan rekomendasi pembelian produk sunscreen Emina *cosmetics*.
3. Dalam variabel keputusan pembelian terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki oleh produk sunscreen Emina *cosmetics*. Hal ini disebabkan adanya penilaian responden mengenai *product attributes* dimana terdapat 1 item pertanyaan yang kurang dari nilai rata-rata. Hal tersebut disebabkan

karena beberapa responden merasa bahwa mereka tidak cocok dengan produk *sunscreen* Emina *cosmetics* sehingga tidak memberikan rekomendasi produk *sunscreen* Emina *cosmetics* kepada orang lain. Selain itu, reponden juga jarang membicarakan tentang produk perawatan kulit bersama dengan teman atau sekelilingnya. Oleh karena itu, perlu menjadi evaluasi bagi produk *sunscreen* Emina *cosmetics* dengan melakukan inovasi dan pengembangan produk sehingga produk *sunscreen* Emina *cosmetics* dengan aman dapat digunakan oleh seluruh konsumennya, dengan itu konsumen dapat memberikan rekomendasi produk *sunscreen* Emina *cosmetics* kepada orang lain. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya penggunaan *sunscreen* Emina *cosmetics* melalui kampanye pendidikan dan informasi yang dapat dilakukan melalui media sosial, situs web Emina *cosmetics*, maupun kampanye penyuluhan di komunitas atau acara kesehatan, sehingga konsumen memiliki kesadaran akan pentingnya penggunaan *sunscreen* Emina *cosmetics* dan mulai membicarakan dan memberikan rekomendasi produk *sunscreen* Emina *cosmetics* kepada orang lain. Dengan rekomendasi tersebut dapat membuat konsumen baru untuk melakukan keputusan pembelian *sunscreen* Emina *cosmetics*.