

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk *skincare* Azarine melalui minat beli pada Program Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Bayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan analisis data dan penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap minat beli *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* Azarine pada

mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

6. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli *skincare* Azarine pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada proses penelitian ini, ada beberapa hal yang terlihat dan perlu diperhatikan oleh peneliti agar dapat menyempurnakan dan melaksanakan penelitian selanjutnya dapat lebih baik dan dapat terselenggara dengan baik. Berikut ini beberapa adalah dari keterbatasan yang ada dipada penelitian ini, yang menunjukkan bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan perlu diperbaiki dari waktu ke waktu :

1. Populasi dan sampel dalam penelitian ini masih terbatas dan kurang bervariasi karena peneliti hanya memilih Program Studi Manajemen dengan sampel sebanyak 171 responden. Jumlah ini tentunya masih kurang untuk menggambarkan secara akurat kondisi yang sebenarnya dalam penelitian ini.
2. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada *skincare* Azarine, yang merupakan salah satu dari banyak merek *skincare* lainnya yang juga

menawarkan produk serupa. Hal ini tentunya membatasi objek penelitian karena cakupannya yang masih terbatas.

3. Penelitian ini hanya mencakup beberapa variabel yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi fenomena yang diteliti tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena keterbatasan waktu.
4. Dalam proses pengumpulan data informasi yang diberikan kepada responden melalui kuesioner terkadang tidak sepenuhnya menangkap respons. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki setiap responden. Akibatnya, hal ini mungkin tidak seakurat yang mungkin diperoleh ketika menganalisis banyak aspek variabel yang diteliti.

5.3 Saran

Dari hasil analisis penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli *skincare* Azarine pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, peneliti menyampaikan implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Untuk harga, disarankan agar perusahaan *skincare* Azarine fokus dan tetap menetapkan harga yang terjangkau sesuai dengan harapan konsumen. Langkah ini dapat mendorong konsumen untuk tetap memilih produk Azarine dan tidak beralih ke alternatif lain dari pesaing, serta perusahaan juga perlu menetapkan harga yang sebanding dengan manfaat yang

diterima oleh konsumen.

- b. Untuk kualitas produk, perusahaan *skincare* Azarine perlu menjaga dan terus meningkatkan kualitas secara berkelanjutan. Perusahaan harus melakukan penelitian untuk memastikan keaslian bahan-bahan yang digunakan sesuai dengan klaim yang diberikan kepada konsumen, agar produk tetap relevan dan berkualitas tinggi. Pengawasan kualitas yang ketat serta respons cepat terhadap umpan balik pelanggan sangat penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen.
- c. Untuk minat beli, perusahaan *skincare* Azarine perlu fokus pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen sebagai prioritas utama. Agar minat beli meningkat, perusahaan harus memastikan bahwa proses pembelian, penetapan harga, dan kualitas produk dapat meyakinkan serta menarik perhatian konsumen untuk memilih produk Azarine.

2. Untuk peneliti selanjutnya

- a. Peneliti berikutnya sebaiknya melibatkan sampel dan populasi yang lebih luas dan beragam agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi, tidak hanya terbatas pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sebagai contoh, melibatkan berbagai segmen pelanggan dari industri atau produk Azarine yang berbeda, atau dari wilayah geografis yang berbeda, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk tidak hanya fokus pada *skincare* Azarine. Terdapat banyak merek *skincare* di Indonesia yang bisa dijadikan

objek penelitian yang lebih luas, seperti Wardah, Emina, Facetology, The Originote, Glad2Glow, dan masih banyak lagi.

- c. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* Azarine, seperti promosi, *brand ambassador*, atau citra merek. Selain itu, menguji peran mediasi atau moderasi dari variabel lain, selain minat beli, seperti loyalitas pelanggan atau kepuasan pelanggan, akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai produk Azarine.
- d. Menggunakan berbagai metode penelitian untuk penelitian produk Azarine, seperti studi kualitatif atau metode campuran, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai produk *skincare* Azarine. Sebagai contoh, wawancara mendalam dengan pelanggan dapat mengungkapkan motivasi dan persepsi yang lebih detail dibandingkan dengan hanya menggunakan survei.