

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada hasil dari analisis, pengujian dan juga pembahasan, terdapat kesimpulan sebagaimana berikut:

1. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap minat beli Bedak Tabur Marcks secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *brand awareness* terhadap merek, maka semakin besar pula minat pelanggan guna membeli suatu produk.
2. *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Minat Beli Bedak Tabur Marcks secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa suatu strategi pemasaran yang efisien dapat meningkatkan minat beli konsumen.
3. Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Bedak Tabur Marcks secara signifikan. Hal ini menyatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan Marcks masih belum cukup mempengaruhi keputusan konsumen guna melakukan pembelian terhadap produk tersebut.
4. Secara simultan, *Brand Awareness*, *Digital Marketing*, dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Bedak Tabur Marcks secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang menyeluruh guna meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian dilakukan sejalan dengan ketentuan ilmiah, namun penulis menyadari terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi masukan bagi peneliti berikutnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih optimal dan berkualitas. Adapun keterbatasan tersebut sebagaimana berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan yang dijalankan dengan SPSS diketahui bahwasanya koefisien determinasi (*R Square*) memperoleh hasil sebesar 0.599. Artinya sebesar 59.9% Minat Beli dapat dijelaskan oleh variabel *Brand Awareness*, *Digital Marketing*, dan Inovasi Produk sedangkan 40.1% Minat Beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya seperti, *Brand Ambassador*, Harga, Ulasan Konsumen atau Citra Merek
2. Keterbatasan jumlah sampel atau responden yang hanya 105 responden, tentunya masih belum cukup dalam menguraikan keadaan yang sebenar-benarnya.

5.3 Saran

Mengacu pada temuan penelitian, peneliti menyarankan beberapa saran atau langkah yang mungkin dapat bermanfaat dan diambil bagi pihak-pihak terkait diantaranya sebagaimana berikut:

1. Perusahaan Bedak Tabur Marcks disarankan untuk lebih meningkatkan kesadaran merek dengan memperkuat branding melalui kampanye pemasaran digital yang kreatif dan konsisten. Hal ini dapat dilakukan

dengan kerja sama *influencer* di media sosial yang relevan dengan target pasar.

2. Digital marketing sebaiknya terus dimaksimalkan, terutama pengguna platform *e-commerce* dan promosi diskon pada momen tertentu untuk meningkatkan daya tarik konsumen.
3. Inovasi produk perlu ditingkatkan pada kebutuhan konsumen yang lebih spesifik, seperti pengembangan varian produk dengan bahan alami yang disesuaikan dengan tren pasar saat ini.
4. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan atau menambah variabel lain seperti harga atau ulasan konsumen untuk melihat pengaruhnya terhadap minat beli.
5. Penelitian serupa dapat dilakukan pada produk kosmetik lain atau di kota-kota besar lainnya untuk memahami perbedaan karakteristik pasar.