

BAB V

SIMPULAN

A. Kesimpulan

Peneliti memiliki arah tujuan dari tulisan ini digunakan untuk mencari tahu hasil dari bentuk ujian mengenai mempengaruhinya kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen yang memiliki subjek penelitian adalah konsumen *skincara* Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen. Berdasarkan hasil pengolahn analisis yang ditetapkan mendapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil data responden didapatkan dari pengumpulan data melalui kuesioner yang diisi 113 responden menunjukkan bahwa 80% dari mereka adalah perempuan, sedangkan 20% adalah laki-laki. Dalam kategori usia, 88% responden berusia 17 – 25 dan 12 % berusia 26 – 34 tahun. Sebanyak 98% responden atau setara dengan 111 orang telah menggunakan produk *skincare* Y.O.U.
2. Analisis menghasilkan data yang menunjukan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan produk *skincare* Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen. Hasil analisis ini berarti membuktikan bahwa tingkat kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat penting dalam upaya menarik minat dari konsumen. Kualitas produk yang baik dan terjamin dapat meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan kualitas yang buruk dapat menurunkan minat beli.
3. Hasil analisis menampilkan bahwa *brand ambassador* mempunyai pengaruhnya secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *skincare* Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen. Pemilihan *brand ambassador* yang dikenal luas dan dapat memberikan informasi yang terpercaya mengenai produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Jika aspek ini tidak diterapkan, produk *skincare* Y.O.U mungkin tidak dikenal oleh banyak orang, sehingga konsumen kesulitan mendapatkan informasi yang akurat mengenai produk tersebut.
4. Berdasarkan hasil analisis kualitas produk dan *brand ambassador* memiliki

5. peningkatan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *skincare* Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen. Hasil tersebut didasarkan pada hasil uji F yang diperoleh secara simultan, halnya menunjukkan bahwa nilai uji F_{hitung} sebesar $27.057 > F_{tabel} 2.69$ dengan tingkat signifikan < 0.001 , karena probabilitas < 0.001 lebih kecil daripada 0.05.
6. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwasanya nilai angka dari *Adjusted R Square* adalah 0.267. Artinya, 0.267 atau 26,7% variasi dari minat beli konsumen dapat ditunjukkan oleh variasi dari kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan *brand ambassador*, akan tetapi sisanya ($100\% - 26.7\% = 73.3\%$) dijelaskan faktor diluar penelitian ini.
7. Variabel yang paling mempengaruhi minat beli konsumen adalah variabel *brand ambassador* sebesar 0.450 atau 45% sedangkan variabel kualitas produk hanya sebesar 0.189 atau 18.9% saja.

B. Keterbatasan

Penelitian ini berusaha untuk menunjukkan hasil yang maksimal, akan tetapi tidak menutup kemungkinan penulis menyadari masih banyak ditemukan kekurangan karena adanya keterbatasan, diantaranya:

1. Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi 3 variabel yaitu kualitas produk, *brand ambassador* dan minat beli konsumen pada pelanggan produk *skincare* Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen.
2. Uji koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* tercatat sebesar 0.267. Ini menampilkan angka 26,7% variasi dalam minat beli konsumen dapat diuraikan oleh variasi kedua variabel independen, yaitu kualitas produk dan *brand ambassador*. Sedangkan, sisanya angka 73,3% ($100\% - 26,7\%$) diuraikan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti variabel harga produk, citra merek, label halal, pengaruh Korean wave, dan berbagai faktor lainnya.

C. Saran

Dari penjabaran yang dilakukan dengan hasil penelitian, pembahasan, dan

kesimpulan penulis dapat memberikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti berikutnya, penulis mengharapkan penelitian ini sebagai referensi dan acuan yang bermanfaat. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengatasi dan meneruskan keterbatasan yang ada dalam studi ini.
2. Bagi akademisi, penelitian mampu bermanfaat yang berarti bagi keilmuan akademik, khususnya bidang jual beli dan minat beli produk
3. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagi aktivitas atau penelitian lebih lanjut.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbil'alamin, saya mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan-Nya sehingga diberikan selama proses penyusunan skripsi. Dengan melalui serangkaian tahapan penelitian, analisis, dan penulisan, akhirnya skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Y.O.U di Toserba Jadi Baru Kebumen” berhasil diselesaikan dengan baik. Penelitian ini mengharapkan adanya sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, baik dalam konteks saat ini maupun untuk masa mendatang. Namun, penulis memahami bahwa skripsi ini tentu masih dijumpai beberapa kekurangan. Maka dari itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang konstruktif, yang dapat mendorong perbaikan serta pengembangan penelitian berkelanjutan pada masa mendatang. Akhir kata, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, praktisi, serta akademisi yang berkepentingan, dan bisa menjadi sebagai referensi yang berguna untuk peneliti penerusnya.