

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang teori, analisis data, dan deskripsi hasil penelitian yang peneliti lakukan telah memberikan kesimpulan serta pembuktian yaitu :

1. Merek dalam Bahasa Asing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over pada konsumen yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Hal ini menandakan bahwa Jika nama merek yang ingin digunakan pada suatu produk haruslah mudah diucapkan, merek memiliki arti yang positif meskipun diartikan dalam bahasa lain, sehingga merek dalam bahasa asing yang digunakan suatu produk dapat menciptakan keunikan yang memicu timbulnya keputusan pembelian,
2. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over pada konsumen yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Hal ini menandakan bahwa jika suatu produk haruslah memiliki citra positif dimata konsumen, citra merek dapat dibangun dengan cara melakukan promosi yang tepat hal ini memudahkan produk lebih dikenal konsumen dan diharapkan dapat memicu target pasar/konsumen melakukan keputusan pembelian

B. Implikasi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang peneliti lakukan, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang positif & signifikan antara Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan dari hasil pengelolaan penelitian, indikator adaptasi merek dalam bahasa asing skor terbesarnya adalah indikator adaptasi “Merek Make Over dapat mencerminkan produknya berkualitas seperti produk-produk luar negeri” yaitu sebesar 17,47%, tingginya persentase tersebut menggambarkan bahwa konsumen make over merasa bahwa adanya kesesuaian antara gambaran merek dengan produk sesungguhnya.

Sedangkan pada variabel citra merek salah satu yang memperoleh skor tertinggi terbesar indikator adaptasi “menurut saya produk Make Over dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi” sebesar 15,45%, tingginya persentase tersebut menggambarkan bahwa konsumen produk kosmetik make over merasa bahwa make over sudah memberikan citra merek bahwa make over telah diciptakan dan dikembangkan pada pabrik yang berteknologi tinggi.

Berdasarkan hasil skor per indikator yang memiliki hasil tertinggi pada setiap variabel, produk kosmetik Make Over harus mempertahankan dan terus meng-upgrade produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga produk kosmetik Make Over dapat terus menjadi pilihan nomor 1 bagi konsumen produk kosmetik.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti pada saat melaksanakan penelitian. Ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat dijadikan perhatian bagi peneliti-peneliti dimasa yang akan datang untuk lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian-penelitian ke depannya.

1. Populasi dari penelitian ini masih merupakan konsumen yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Dan data responden menunjukkan masih sedikitnya responden

yang berasal dari Tangerang sehingga belum ada pemerataan responden.

2. Penelitian ini hanya membahas dua variabel, yaitu merek dalam bahasa asing dan citra merek. Peneliti menyarankan, jika ingin mengetahui secara detail mengenai pengaruh keputusan pembelian bisa menggunakan variabel lain seperti kualitas dan harga produk.

D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian & kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini menggunakan metode survey dan teknik analisis regresi sederhana, pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih beragam & sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
2. Pada penelitian ini targetnya adalah responden berasal dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Namun penelitian kali ini distribusi domisili belum merata, responden yang berasal dari Tangerang masih terlalu sedikit. Sehingga pada penelitian selanjutnya responden lebih merata sesuai dengan target.