

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, hipotesis dan hasil penelitian yang dilakukan mengenai *Electronic Word of Mouth Beauty Blogger* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang) dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil deskriptif *Electronic Word of Mouth Beauty Blogger*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening menghasilkan:
 - a) *Electronic Word of Mouth Beauty Blogger* menunjukkan hasil kategori sangat baik pada dimensi intensitas, konten, dan pendapat positif. Disamping itu terdapat penilaian rendah walaupun masih kategori “Baik” pada dimensi intensitas dengan indikator ulasan bahwa responden juga mencari informasi pada media sosial lainnya selain media blog dan indikator pendapat negatif yaitu beberapa responden menemukan informasi mengenai ketidaksesuaian produk pada *Beauty Blogger*.
 - b) Kualitas produk menunjukkan hasil kategori sangat baik pada indikator kenyamanan, model atau desain, dan kualitas bahan. Disamping itu terdapat indikator yang menjadi fokus perbaikan yaitu kurangnya ketahanan dalam melindungi kulit dari paparan sinar matahari, kegagalan dalam memperbaiki kulit dengan proses yang cepat, dan kurangnya kekonsistenan produk.
 - c) Keputusan pembelian menunjukkan hasil kategori sangat baik pada indikator tujuan pembelian, pemrosesan informasi, dan kemantapan pilihan produk. Disamping itu terdapat indikator yang menjadi fokus perbaikan yaitu beberapa responden tidak memberikan rekomendasi produk Scarlett Whitening kepada orang lain, dan bukan menjadi produk perawatan kulit permanen untuk digunakan.
2. *Electronic Word of Mouth Beauty Blogger* dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett

Whitening pada mahasiswa manajemen angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang.

3. Kualitas Produk dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada mahasiswa manajemen angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang .
4. *Electronic Word of Mouth Beauty Blogger* dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Manajemen angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut adalah saran dari peneliti :

1. Media Website blog untuk kedepannya dapat melakukan inovasi dengan mengupgrade fitur tampilan atau fasilitas editing yang lebih lengkap untuk memudahkan para blogger berkreaitivitas serta agar tidak tersaingi dan tertinggal oleh media informasi lainnya.
2. *Beauty blogger* menyediakan widget untuk mempermudah pengunjung memperoleh informasi dengan terstruktur, menggunakan bentuk font yang cocok, dan tidak melakukan plagiat dari konten blog lainnya agar informasi yang didapat pengunjung lebih beragam dan mempermudah mereka dalam membandingkan produk.
3. Kualitas produk Scarlett Whitening untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian dapat membuat produk baru seperti sunblock atau sunscreen agar lebih tahan dari paparan sinar matahari dan menambahkan sesuatu ciri yang dapat membedakan dengan produk palsu.
4. Untuk peneliti selanjutnya penelitian ini bisa digunakan bahan perbandingan dan referensi. Selain itu dapat melakukan penelitian lebih luas lagi dalam populasinya agar mengenai masalah ini bisa diketahui secara luas dan lebih baik.