

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Wardah kosmetik (studi pada mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Dibuktikan dengan nilai positif yang di dapat pada konstan berjumlah 9,459 serta nilai t hitung $>$ t tabel. Variabel citra merek memperoleh nilai t hitung 9,888 $>$ 1.967 dan diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000 yang artinya H1 diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Dibuktikan dengan nilai positif yaitu sebesar 2,059 serta nilai t hitung $>$ t tabel. Variabel kualitas produk memperoleh nilai t hitung sebesar 20,932 $>$ 1.967 dan diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000 yang artinya H2 diterima.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Teoritis

Untuk peneliti selanjutnya dengan variabel sejenis, diharapkan dapat memilih populasi lebih luas secara eksternal supaya memudahkan dalam pengambilan data responden.

2. Praktisi

Bagi perusahaan diharapkan untuk mempertahankan citra merek kehalalan, kualitas produk, harga serta ketahanan masa *expired*. Pada hasil penelitian uji regresi linear sederhana memperlihatkan bahwa kualitas produk memiliki nilai rendah sebesar 0,388, nilai tersebut rendah daripada variabel citra merek yang memiliki nilai 0,547. Maka dari itu disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk Wardah kosmetik.