

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Love*, Persepsi Harga dan *Trust* Terhadap Minat Beli Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Yang artinya ketika Kualitas Produk meningkat maka Minat Beli akan semakin meningkat terhadap pembelian *Body Lotion* Scarlett Whitening.
2. *Brand Love* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Yang artinya ketika *Brand Love* meningkat maka Minat Beli akan semakin meningkat terhadap pembelian *Body Lotion* Scarlett Whitening.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Yang artinya ketika Persepsi Harga meningkat maka Minat Beli akan semakin meningkat terhadap pembelian *Body Lotion* Scarlett Whitening.
4. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Yang artinya ketika *Trust* meningkat maka Minat Beli akan semakin meningkat terhadap pembelian *Body Lotion* Scarlett Whitening.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi Scarlett Whitening dan peneliti selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Kualitas Produk yang sudah dilakukan oleh Scarlett Whitening sudah terlihat baik dan harus dipertahankan karena dapat mempengaruhi peningkatan pada Minat Beli, namun Scarlett Whitening harus fokus pada Kinerja sehingga dapat meningkatkan kontribusi peningkatan pada Minat Beli.
2. *Brand Love* yang sudah dilakukan oleh Scarlett Whitening sudah terlihat baik dan harus dipertahankan karena dapat mempengaruhi peningkatan pada Minat Beli, namun Scarlett Whitening harus fokus pada Pernyataan Cinta Terhadap Merek sehingga dapat meningkatkan kontribusi peningkatan pada Minat Beli.
3. Persepsi Harga yang sudah dilakukan oleh Scarlett Whitening sudah terlihat baik dan harus dipertahankan karena dapat mempengaruhi peningkatan pada Minat Beli, namun Scarlett Whitening harus fokus pada Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk sehingga dapat meningkatkan kontribusi peningkatan pada Minat Beli.
4. *Trust* yang sudah dilakukan oleh Scarlett Whitening sudah terlihat baik dan dapat dipertahankan karena dapat mempengaruhi peningkatan pada Minat Beli, namun Scarlett Whitening harus fokus pada Integritas dan Kebaikan sehingga dapat meningkatkan kontribusi peningkatan pada Minat Beli.