

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah (Studi kasus di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis regresi, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,083 + 0,638 X_1 + 0,185 X_2 + 0,217 X_3 + 0,025 X_4 + e$.
 - a. Koefisien harga atau X_1 sebesar 0,638% artinya jika harga kosmetik Wardah dinaikan 1 rupiah maka minat konsumen akan bertambah 0,638% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Hal ini dibuktikan dari signifikan uji t sebesar $0,000 < 0,05$ (lebih kecil dari taraf signifikan) maka variabel harga

mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak.

- b. Koefisien produk atau X_2 sebesar 0,185% artinya jika produk kosmetik Wardah ditambah 1 produk maka minat konsumen akan bertambah 0,185% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Hal ini dibuktikan dari signifikan uji t sebesar $0,402 > 0,05$ (lebih besar dari taraf signifikan) maka variabel produk tidak mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak. Dikarenakan kurangnya keragaman produk dan ketersediaan produk kurang lengkap.
- c. Koefisien tempat atau X_3 sebesar 0,217% artinya jika tempat kosmetik Wardah dibangun 1 tempat maka minat konsumen akan bertambah 0,217% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Hal ini dibuktikan dari signifikan uji t sebesar $0,408 > 0,05$ (lebih

D. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini meskipun dengan lelah, letih, jenuh, dan semangat yang pasang surut.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dan penulis berdoa semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang budiman pada umumnya dan khususnya bagi penulis sendiri. Amin yaa rabbal a'lam.

adanya inovasi terkini yang bisa membangkitkan minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak.

4. Sehubungan dengan harga, produk, tempat dan promosi yang mempengaruhi minat konsumen kosmetik Wardah, maka disarankan agar Perusahaan kosmetik Wardah dapat lebih meningkatkan lagi pemasaran harga, produk, tempat dan promosi sehingga dapat semakin tinggi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah.
5. Untuk penelitian mendatang diharapkan bisa memberikan penelitian yang lebih terperinci dan detail lagi mengenai faktor-faktor minat konsumen terhadap kosmetik Wardah agar memberikan hasil yang lebih baik lagi.

besar dari taraf signifikan) maka variabel tempat tidak mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak. Dikarenakan lokasinya masih sulit dijangkau.

- d. Koefisien promosi atau X_4 sebesar 0,025% artinya jika promosi kosmetik Wardah dinaikan 1 iklan atau informasi maka minat konsumen akan bertambah 0,025% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan. Hal ini dibuktikan dari signifikan uji t sebesar $0,227 > 0,05$ (lebih besar dari taraf signifikan) maka variabel promosi tidak mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak. Dikarenakan kurangnya informasi bagi konsumen.

2. Diantara variabel harga, produk, tempat dan promosi yang paling dominan adalah harga. Hal ini dibuktikan dari tingkat analisis regresi yaitu sebesar 0,638%.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah (Studi Kasus di Outet Wardah Swalayan Maharani Demak).

Dalam penelitian kuantitatif ini memiliki berbagai keterbatasan antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengambil empat variabel yaitu harga, produk, tempat dan promosi. Diduga masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat konsumen terhadap kosmetik Wardah di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak.
2. Keterbatasan pada skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert 1-5 dimana dengan menggunakan skala ini responden hanya diberi pilihan jawaban yang sudah tersedia dan kemungkinan jawaban yang tersedia dan dipilih oleh responden tidak sesuai dengan keinginan responden.

3. Keterbatasan metode penelitian serta pemahaman mengenai harga, produk, tempat dan promosi dalam penelitian ini memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian.

C. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Kosmetik Wardah harus terus mengembangkan inovasi produk-produknya, sehingga dapat bersaing dengan kosmetik lain pada umumnya.
2. Tempat hendaknya ditambah oleh perusahaan Wardah agar konsumen mudah menjangkau dan tidak kesulitan untuk membeli kosmetik Wardah.
3. Promosi yang dilakukan perusahaan Wardah harus lebih ditingkatkan karena persaingan yang semakin ketat perlu