



## BAB V

### KESIMPULAN



#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ada pengaruh negatif atau positif variabel dependen yaitu identitas merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian pada merek Hanasui yang merupakan salah satu merek produk kecantikan ternama di Indonesia. Responden penelitian ini hanya dibatasi untuk mereka yang berjenis kelamin wanita, dan pernah menggunakan dan membeli produk Hanasui pada platform *marketplace* Shopee. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan, didapat hasil penelitian sebagai berikut:

1. Identitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hanasui di Shopee.
2. Pengetahuan produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Hanasui di Shopee.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Berdasarkan hasil penelitian ini, identitas merek menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama untuk wanita yang berrentang usia 21-26 tahun yang sedang bekerja ataupun merintis bisnis mereka. Peneliti menyarankan Hanasui untuk tetap menjaga identitas merek mereka dari segi layanan, produk, promosi, dan sebagainya agar dapat lebih dikenal luas dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Pengetahuan produk menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa informasi produk yang disampaikan oleh Hanasui masih sulit dipahami oleh konsumen, kemungkinan karena penggunaan istilah teknis yang tidak umum bagi khalayak awam. Oleh karena itu, disarankan agar Hanasui menyederhanakan penyampaian informasi produknya dengan menghindari terminologi yang terlalu teknis serta menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh konsumen.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam indikator identitas merek yang dapat dirasakan melalui panca indera, seperti logo, warna, tipografi, serta elemen visual lainnya, yang berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap merek. Selain itu, peningkatan jumlah responden juga dapat dipertimbangkan agar hasil penelitian lebih akurat dan mampu merepresentasikan populasi dengan lebih baik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.