

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Pada bab akhir ini, penulis menggunakan hasil akhir penelitian yang diperoleh setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh mengenai pengaruh *Country of Origin Image*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Hasil-hasil penelitian tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Country of Origin Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara
2. *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara
3. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara

B. Saran

1. Bagi Pihak Perusahaan
 - a. Citra negara asal atau *country of origin image* yang melekat pada produk *Innisfree* sangatlah baik sehingga membuat konsumen percaya akan produk *Innisfree* sehingga citra tersebut harus dipertahankan dan lebih ditonjolkan terutama pada aspek pengenalan produk agar konsumen dapat mengetahui bahwa Korea Selatan tempat *Innisfree* berasal merupakan negara maju dan memiliki inovasi yang berkembang pesat.





- b. *Innisfree* Mall Kelapa Gading harus tetap mempertahankan *brand image* yang dimilikinya dan juga meningkatkan citra merek perusahaan agar lebih diingat oleh konsumen sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan. Selain itu karena berdasarkan analisis deskriptif yang diperoleh. Berdasarkan hasil penelitian terdapat indikator yang memiliki skor rata-rata terendah yaitu produk *brand Innisfree* cocok digunakan pada semua jenis kulit, sehingga disarankan agar *Innisfree* dapat membuat produk yang lebih cocok untuk digunakan pada semua jenis kulit karena penduduk di Indonesia terdiri dari berbagai macam ras dan suku sehingga orang Indonesia memiliki tipe-tipe kulit yang berbeda
- c. Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian terdapat indikator yang memiliki skor rata-rata terendah yaitu kualitas produk *Innisfree* sesuai dengan kulit orang Indonesia. Sehingga disarankan agar *Innisfree* membuat produk berkualitas yang disesuaikan untuk kulit orang Indonesia dikarenakan, Indonesia merupakan negara beriklim tropis sehingga terdapat perbedaan jenis kulit orang Indonesia dengan Korea Selatan yang merupakan negara empat musim.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel-variabel lain yang belum diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat.

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

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.