

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji Pengaruh *Country of Origin*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *skincare* Cosrx dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *Country of Origin* berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada *skincare* Cosrx. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi mengenai *Country of Origin* produk *skincare* Cosrx, maka akan semakin besar pula keputusan untuk membeli produk tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada *skincare* Cosrx. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek yang dimiliki Cosrx, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
3. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada *skincare* Cosrx. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dimiliki Cosrx, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. *Country of origin* yang melekat pada produk Cosrx dipertahankan dan diperkuat, terutama dalam aspek *prestige* dengan manfaat untuk mempertahankan keputusan pembelian.
2. Perusahaan Cosrx perlu terus mengoptimalkan citra merek dan mengelola dengan baik citra pemakai yang terbentuk dari penggunaan produk Cosrx, sehingga pengguna merasa bangga dan puas dengan hasil yang didapat. Dengan demikian, Cosrx dapat memperkuat posisi merek di pasar dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen.
3. Pada variabel kualitas produk, perusahaan Cosrx perlu terus menerus meningkatkan estetika produk mereka dengan desain kemasan yang menarik, modern, dan fungsional agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif serta memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin tinggi terhadap produk skincare yang tidak hanya efektif, tetapi juga memiliki tampilan yang menarik. Sehingga nantinya konsumen akan mencapai kepuasan yang maksimal.
4. Bagi peneliti selanjutnya, agar menambah variabel-variabel lain yang belum diteliti serta menggunakan alat uji analisis yang berbeda untuk menguji tingkatan antar variabel yang memengaruhi keputusan pembelian.