

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan serta telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga produk *skincare* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen *skincare* lokal. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa harga menjadi pertimbangan utama konsumen saat membeli produk *skincare*.
2. Kualitas produk *skincare* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen *skincare* lokal. Semakin baik kualitas produk maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen, begitu pula sebaliknya.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan *brand switching* konsumen *skincare* lokal. Dengan kata lain, konsumen *skincare* lokal melakukan *brand switching* karena merasa tidak puas dan menjadikan *skincare* asal Korea sebagai alternatif.
4. Harga tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan *brand switching* konsumen *skincare* lokal. Harga *skincare* baik lokal maupun asal Korea tidak secara langsung menjadi alasan konsumen melakukan *brand switching*.

5. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan *brand switching* konsumen *skincare* lokal. Kualitas produk *skincare* lokal yang kurang, sehingga konsumen beralih menggunakan merek *skincare* asal Korea.
6. Harga berpengaruh terhadap keputusan *brand switching* konsumen *skincare* lokal ke *skincare* asal Korea melalui kepuasan konsumen. Harga produk *skincare* lokal yang tidak mampu memuaskan konsumen, sehingga konsumen memilih beralih menggunakan *skincare* asal Korea.
7. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan *brand switching* konsumen *skincare* lokal ke *skincare* asal Korea melalui kepuasan konsumen. Kualitas produk yang kurang baik, bisa dari segi formula atau efektifitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga konsumen memilih beralih ke *skincare* asal Korea.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan serta kesimpulan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan yakni sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan atau *business owner skincare* lokal untuk menggunakan teknik penetapan harga yang lebih baik serta selalu fokus untuk menawarkan produk dengan kualitas terbaik serta sesuai dengan permasalahan kulit konsumen Indonesia. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan konsumen melakukan *brand*

switching dan lebih memilih menggunakan produk impor dibandingkan produk lokal.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini baik dengan menguji variabel tambahan lainnya yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan *brand switching* konsumen. Dengan demikian, penelitian dengan topik yang sama dapat menjadi lebih komprehensif dan mendalam, sehingga bisa menjadi sumber wawasan baru yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.