

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pemberian Tester, Ketersediaan Stok, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah Fithri Muthiah. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemberian Tester berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.
2. Ketersediaan Stok tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.
- Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pemberian Tester, Ketersediaan Stok, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah Fithri Muthiah. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemberian Tester berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.
2. Ketersediaan Stok tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Distributor Skincare SR12 Jawa Tengah – Fithri Muthiah.

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Distributor SR12

Memaksimalkan strategi pemberian tester. Distributor dapat memperbanyak sampel tester untuk produk baru, ini akan membantu konsumen merasakan manfaat langsung dan mendorong keputusan pembelian lebih cepat.

Tetap menjaga ketersediaan stok, meskipun tidak signifikan dalam penelitian ini. Ini karena ketersediaan stok tetap penting untuk kenyamanan operasional dan menghindari perpindahan konsumen kepada distributor lain.

Meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten. Pelatihan bagi reseller dan admin dapat difokuskan pada kecepatan respon, edukasi produk, empati kepada konsumen, dan sikap ramah. Kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor yang sangat menentukan keputusan pembelian.

Mengoptimalkan komunikasi dengan konsumen. Edukasi mengenai manfaat produk, cara penggunaan, dan pemilihan rangkaian skincare yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat loyalitas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menambahkan variable lain seperti harga, brand trust, promosi digital, review konsumen, dan pengalaman penggunaan produk, karena faktor-faktor tersebut diduga kuat mempengaruhi keputusan pembelian.

Memperluas wilayah penelitian dengan mencakup lebih banyak distributor atau jenis produk, agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai perilaku konsumen pada industri skincare lokal dan pentingnya pelayanan serta pengalaman penggunaan produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian hanya berfokus pada satu distributor atau wilayah tertentu, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan untuk seluruh konsumen SR12 secara nasional yang mungkin memiliki karakteristik dan perilaku berbeda.
2. Penelitian tidak membedakan jenis produk SR12. Setiap kategori (serum, sabun, toner, oil) punya tingkat risiko dan pertimbangan pembelian berbeda, namun semuanya disatukan dalam satu model.