

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Islamic Inovasi Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada produk Skincare OhMySkin. Pada penelitian ini, sudah menjelaskan mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan data yang diperoleh maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk OhMySkin. Hal ini dapat diartikan bahwa Inovasi Produk tidak memiliki pengaruh apapun baik jenis produk maupun kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Skincare OhMySkin.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan pembelian pada produk Skincare OhMySkin. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin kompetitif dan terjangkau harga yang diterapkan produk Skincare OhMySkin maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk Skincare OhMySkin.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi terhadap Keputusan pembelian pada produk Skincare OhMySkin. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin menarik promosi yang dilakukan maka semakin meningkat keputusan pembelian pada produk Skincare OhMySkin.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meyakinkan konsumen terhadap Keputusan Pembelian, disarankan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil riset ini diharapkan mampu digunakan untuk referensi bagi pihak kampus sebagai acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan Keputusan Pembelian produk Skincare dibidang kecantikan, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan.
2. Bagi perusahaan pada produk di OhMySkin terkait dengan Inovasi produk agar dapat lebih meningkatkan inovasi produk dengan menambah variasi menu supaya menarik perhatian konsumen serta dapat menambah loyalitas pelanggan. Terkait

variabel Harga agar dapat mempertahankan harga yang sudah ditentukan agar menjadi pilihan utama konsumen dalam melakukan penelitian pembelian produk. Selain itu OhMySkin dapat memberikan potonga harga pada waktu tertentu Misalnya diskon pada hari kemerdekaan atau diskon pada hari besar lainnya. Meningkatkan aktivitas promosi, terutama promosi melalui media sosial. OhMySkin lebih sering mengadakan *giveaway*, *promo buy one get on free*, atau promo diskon pada waktu tertentu agar dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian.

