

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan :

1. Latar belakang konsumen dalam melakukan pembelian produk kosmetik Jazeera dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pembelian konsumen terbagi menjadi empat yaitu:
  - a. Harga. Informan I, II, dan V mengatakan bahwa faktor harga pada produk kosmetik Jazeera sama saja dengan produk kosmetik kosmetik jenis lainnya. Sedangkan informan III dan IV mengatakan harga kosmetik Jazeera sedikit lebih mahal.
  - b. Promosi. Informan I, II, IV dan V menganggap bahwa promosi yang dilakukan di media sosial dengan melibatkan seorang tokoh agama membuat adanya ketertarikan konsumen untuk membeli.
  - c. Produk. Informan I dan II mengatakan bahwa produk dari Jazeera Kosmetik bagus tetapi sesuai dengan kondisi kulit. Sedangkan informan III dan IV mengatakan bahwa semua rangkaian produk kosmetik Jazeera bagus.
  - d. Saluran distribusi. Informan V mengatakan bahwa dalam saluran distribusi, informan bisa melakukan pengantaran ke seluruh wilayah Indonesia yang waktunya sekitar 3-4 hari.

Diantara empat faktor tersebut konsumen lebih cenderung karena faktor produk yang bagus juga memuaskan bagi konsumen dan faktor promosi dari kosmetik Jazeera dengan melibatkan tokoh agama membuat ketertarikan dari konsumen.

2. Tahapan-tahapan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk kosmetik Jazeera:

- a. Pengenalan masalah. Pada informan I dan III memutuskan membeli produk kosmetik karena kosmetik merupakan suatu kebutuhan dan untuk menunjang penampilan ketika beraktifitas di luar rumah.
- b. Pencarian informasi. Informan I dan II mula mencari informasi pada media sosial *Instagram* agar mendapatkan informasi lebih jelas mengenai produk Kosmetik Jazeera.
- c. Evaluasi alternatif. Informan V ketika melakukan evaluasi alternatif saat melihat perbedaan wajah temannya ketika sebelum dan sesudah pemakaian pada produk Kosmetik Jazeera.
- d. Keputusan pembelian. Informan II memutuskan untuk melakukan pembelian berdasarkan jenis kulit. Sedangkan informan I berdasarkan kepentingan kecantikan.
- e. Perilaku pasca pembelian. Pada informan I ,II dan V merasa bahwa dalam melakukan pemakaian memang merasa cocok dan hasilnya bagus dan berpengaruh di kulit mereka.

## **B. Saran-saran**

Adapun saran yang dapat di sampaikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepada konsumen

Sebaiknya untuk konsumen yang ingin melakukan pembelian produk kosmetik alangkah baiknya memperhatikan lima indikator dalam tahapan keputusan pembelian. Agar tidak terjadi adanya penyesalan setelah pemakaian produk kosmetik.

2. Kepada peneliti selanjutnya

Peneliti dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain dalam perilaku konsumen misalnya, faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.