BAB V
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang dipaparkan diatas, kesimpulan yang didapatkan yakni:

1. Hasil pada hipotesis H 1 *Brand Consciousness* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Intention.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al.*, (2017), Kandapa (2015), Yee *et. al.*, (2013).
2. Hasil pada hipotesis H 2 *Brand Consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Behaviour.* Hasil dari pengujian hipotesis ini sejalan dengan penelitian, Gunawardane (2015), Akhtar *et. al.*, (2016), Perera dan Dissaynake (2013).
3. Hasil pada hipotesis H 3 *Perceived Quality* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Intention.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al.*, (2017), Bhanot *et. al.*, (2015), Jin *et. al.*, (2015).
4. Hasil pada hipotesis H 4 *Perceived Quality* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *Purchase Behaviour.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al.*, (2017), Gunawardane (2015), Perera dan Dissaynake (2013).
5. Hasil pada hipotesis H 5 *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel *Purchase Intention.* Hasil pengujian

Denise Rahmeli. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Behaviour Terhadap Kosmetik Lokal di Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et. al.,* (2017), Mohd Suki (2013), Yee *et. al.,* (2013).

6. Hasil pada hipotesis H 6 *Social Influence* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel *Purchase Behaviour.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Ali *et. al., (*2015), Kandapa (2015), Fernandez (2009).
7. Hasil pada hipotesis H 7 *Need of Uniqueness* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel *Purchase Intention.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al.,* (2017), Bhanot *et. al.,* (2014), Han *et. al.,* (2018).
8. Hasil pada hipotesis H 8 *Need of Uniqueness* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel *Purchase Behaviour.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al*., (2017), Han *et. al.,* (2018), Yee *et. al.,* (2013)
9. Hasil pada hipotesis H 9 *Purchase Intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Purchase Behaviour.* Hasil pengujian tersebut konsisten dengan penelitian Soh *et al.,* (2017), Wee *et. al.,* (2014), Cant *et. al.,* (2014).

5.2 Keterbatasan

Setiap penelitian memilikiketerbatasan saat pengolahan data, beberapa batasan tersebut:

1. Sumber data yang digunakan peneliti yaitu kuesioner yang disebarkan *online* melalui *Google Form* dan juga kuesioner yang disebarkan di

Denise Rahmeli. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Behaviour Terhadap Kosmetik Lokal di Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

beberapa *Shopping Mall* yang terdapat store Lunadori di Kota Batam. Peneliti memilih Lunadori sebagai tempat untuk menyebarkan kuesioner secara *offline* karena, Lunadori menjual kosmetik lokal dengan berbagai merek termasuk 5 kosmetik lokal yang menjadi sampel penelitian ini. Adapun *Shopping Mall* yang terdapat store Lunadori ialah Nagoya Hill Shopping Mall dan Batam City Square (BCS).

2. Selain *online*, peneliti juga menyebarkan kuesioner *offline* dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Lunadori, bertempatkan di Nagoya Hill Shopping Mall dan Batam City Square (BCS). Dalam hal ini, peneliti harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari manager Lunadori, dan melakukan beberapa tahapan proses agar mendapatkan izin untuk menyebarkan kuesioner kepada konsumen Lunadori.
3. Data *statistic* demografi yang terdapat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data pendapatan responden perbulannya sesuai dengan UMK Kota Batam yaitu, Rp3.800.000.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan dalampenelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar memperluas wilayah yangkingin diteliti agar dapat mewakili segala cakupan wilayah penelitian.

Denise Rahmeli. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Behaviour Terhadap Kosmetik Lokal di Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019

2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan dapat mengembangkan objek penelitian sehingga informasi yang didapat lebih detail.

Denise Rahmeli. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Behaviour Terhadap Kosmetik Lokal di Kota Batam, 2019.
UIB Repository©2019