

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan produk, varian produk, ketersediaan produk dan *experiential marketing* terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(2,063) > t_{tabel}(1,661)$ dan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$
2. Varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(2,055) > t_{tabel}(1,661)$ dan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$
3. Ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(2,252) > t_{tabel}(1,661)$ dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$.
4. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(2,005) > t_{tabel}(1,661)$ dan nilai signifikansi $0,048 < 0,05$.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa di Stokis R.3962 dapat dilihat nilai rata – rata indikator jawaban responden sehingga dapat dimplikasikan pada posisi sebagai berikut :

1. Pemilik Stokis R.3962 harus mampu memberikan penjelasan terkait dengan atribut produk Skincare Lacoco Nasa kepada pelanggan. Untuk meningkatkan keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa adalah

- memberikan informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk bahwa Skincare Lacoco Nasa berbeda dengan produk Skincare lainnya.
2. Pemilik Stokis R.3962 harus mampu menawarkan lebih banyak varian produk berdasarkan dari ukuran produk. Untuk meningkatkan keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa adalah menyediakan lebih banyak lagi varian produk Skincare Lacoco Nasa berdasarkan ukuran.
 3. Pemilik Stokis R.3962 harus mampu memberikan fasilitas yang dapat memudahkan konsumen dalam memiliki produk Skincare Lacoco Nasa. Untuk meningkatkan keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa adalah pemilik stokes R.3962 harus bisa memberikan akses kemudahan pelanggan dalam memiliki produk Skincare Lacoco Nasa baik dari segi kemudahan menemukan produk maupun dari segi metode pembayaran.
 4. Pemilik Stokis R.3962 harus mampu memberikan segala informasi terkait dengan produk Skincare Lacoco Nasa. Untuk meningkatkan keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa adalah pemilik harus bisa menawarkan produk – produk terbaiknya sehingga pelanggan akan merasakan kepuasan dan mempunyai pengalaman terhadap produk Skincare Lacoco Nasa.

C. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel bebas pengetahuan produk, varian produk, ketersediaan produk dan *experiential marketing* terhadap keputusan pembelian Skincare Lacoco Nasa pada pelanggan Stokis R.3962 sebesar 75,4% sedangkan sisanya 24,6% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak menjadi fokus penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Stokis R.3962 di wilayah Banjarnegara dengan jumlah sampel penelitian 97 konsumen. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan jumlah populasi yang berbeda dan jumlah skala yang lebih besar agar penelitian mengenai keputusan pembelian semakin beragam dan komprehensif.