

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. *Attitude* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention* konsumen pada produk Avasence. Sehingga Hipotesis 1 atau H1 yang diajukan yaitu “*Attitude* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*” dapat diterima.
2. *Subjective Norm* tidak memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention* konsumen pada produk Avasence. Sehingga Hipotesis 2 atau H2 yang diajukan yaitu “*Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*” ditolak.
3. *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention* konsumen pada produk Avasence. Sehingga Hipotesis 3 atau H3 yang diajukan yaitu “*Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*” diterima.
4. Namun demikian, menurut Kaiser, Hubner, & Bogner (2005) menyatakan bahwa salah satu kelebihan dari *Theory of Planned Behavior* adalah determinannya dapat berdiri sendiri. Walaupun ketiganya merupakan rangkaian yang mempunyai korelasi yang kuat, tetapi ketiganya juga dapat berdiri sendiri (Herdiansyah, 2020). Maka tidak heran ketika *attitude* dan *perceived behavioral control* sudah menunjukkan pengaruh yang signifikan, *subjective norm* dapat berdiri sendiri dan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap *purchase intention* produk Avasence.

5.2 **Saran**

5.2.1 **Saran Akademik**

Masih perlu adanya pendalaman teori dari para ahli mengenai *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sehingga penjelasan dan pembahasan mengenai variabel-variabel tersebut terhadap *purchase intention* dalam penelitian dapat dijelaskan lebih dalam dan lebih detail. Penelitian selanjutnya dapat mencakup responden yang lebih luas lagi, serta dapat menambahkan faktor lain atau variabel bebas di luar penelitian ini, seperti *past experience*, *value of money*, dll. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji data outlier, hal ini dilakukan agar data yang diperoleh mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

5.2.2 **Saran Praktis**

Perceived behavioral control menjadi variabel yang berdampak paling besar terhadap *purchase intention* dalam penelitian ini. *Perceived Behavioral Control* merupakan faktor paling berpengaruh untuk meningkatkan *purchase intention*. Untuk meningkatkan *perceived behavioral control* konsumen adalah dengan cara, meningkatkan performa di *online shop* Avasence dan terus dapat memberikan produk yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti. Berikut ini adalah keterbatasan penelitian yang dialami:

1. Terdapat pernyataan dalam kuesioner yang beda persepsi antara keinginan peneliti dengan persepsi responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179 - 211.
- Ajzen, I., dan Fishbein, M. (1997). *Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. Psychological Bulletin*, 84(5), 888 – 918.
- Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinal Manurung. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Bagher, A. N., Salati, F., dan Ghaffari, M. (2018). *Factors Affecting Intention to Purchase Organic Food Products Among Iranian Consumers. Journal Academy of Marketing Studies*, Vol. 22, Issue 3, 2018.
- Bimantari, C. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas yang Dirasakan, dan Sikap Merek pada Niat Beli Biskuit Oreo di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 8, No. 2, November 2018 – April 2019, pp. 195 – 212.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F., Di-Ching, P., Yasin, N. M., Jooria, H. W. (2012). *Consumer Behavior. Singapore: Cengage Learning*.
- Boon, L. K., Fern, Y. S., dan Chee, L. H. (2020). Generation Y's Purchase Intention towards Natural Skincare Products: A PLS-SEM Analysis. *Global Business and Management Research: An International Journal*, Vol. 12, No. 1, 2020.
- Dana, P. T. (2020). *Sampling Methods in Research Design*.
<https://doi.org/10.1111/head.13707>.

- Eriyani dan Wiyono. (2012). Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Norma Subjektif pada Niat Beli Kosmetik Organik: Studi pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas UNS*, Vol. 11, No. 2, 2012 page 140 – 154.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair et. al. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).
- Herawati, I., dan Wahyuni. (2017). Pemeriksaan Fisioterapi. Surakarta: *Muhammadiyah University Press*.
- Herdiansyah, H. (2020). Pengaruh *Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi Menjadi Seorang *Entrepreneur*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, April 2020.
- Kaiser, F. G., Hubner, G., dan Bogner, F. X. (2005). *Contrasting the Theory of Planned Behaviour with Value Belief-Norm Model in Explaining Conservation Behavior*. *Journal Applied Psychology*, 3510, 2150-2170.
- Khaulia, S. (2021). *The Effect of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control on Purchase Intention of Halal Cosmetic Products with Country of Origin and Brand Equity as Moderating (Survey on Muslim Women in Semarang District)*. *Journal of Social Science Studies*, Vol. 1, No. 3, 2021 page 145-161.
- Kumudhini, N., dan Kumaran, S. S. (2020). *Factors Affecting on Purchase Intention Towards Organic and Natural Cosmetics*. *International Conference on Business and Information*, 2020 pp. 581 – 595.
- Kuncoro. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan *R&D*. Penerbit: Erlangga, Jakarta.

- Marcia, Maria dan Amadea, Chelsea. (2023). Perkembangan industri kosmetik di tahun 2023. Diakses 18 September 2023, pukul 10:42 WIB., didapat dari <https://east.vc/id/insights-id/perkembangan-industri-kosmetik-di-tahun-2023/>.
- Media Indonesia. (2023). Potensi pasar skincare Indonesia bisa seperti Korea dan Thailand, asalkan jenama lokal makin eksis. Diakses 18 September 2023, pukul 21:33 WIB., didapat dari <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/595370/potensi-pasar-skincare-indonesia-bisa-seperti-korea-dan-thailand-asalkan-jenama-lokal-makin-eksis>.
- Notoatmodjo, S. (2012). Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur Shidiq, A. M., dan Widodo, A. (2018). *Green Product Purchase Intention. Journal of Secretary and Business Administration*, 2 (2), 60.
- Pangestika, S., dan Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1), 249 – 255.
- Setianingsih, W. (2016). Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image*, dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli OPPO Smartphone. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiharto dan Sitinjak. (2006). Lisrel. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan *Re&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sutikno, V. dan Anandya, D. (2021). Faktor yang Mempengaruhi *Green Purchase Behavior* Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, Juli 2021, pp. 23 – 30.

Syahidah, Hanna. (2023). Bagaimana laju Industri Kecantikan saat ini?. Diakses pada tanggal 18 September 2023, pukul 11:01 WIB., didapat dari <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>.

Venda, Chelsea. (2022). Tak lagi identik Wanita, ini alasan Pria mulai rutin pakai skincare. Diakses pada tanggal 18 September 2023, pukul 16:35 WIB., didapat dari <https://hypeabis.id/read/18840/tak-lagi-identik-wanita-ini-alasan-pria-mulai-rutin-pakai-skincare>.

Walpolle, R. E. (1995). Pengantar Statista. Edisi ke-3. Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Widjanarko, G. L., dan Harsono, S. (2019). Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 9, No. 1, Mei – Oktober 2019, pp. 19 – 35.

Wulandari, S. (2017) Analisis Beban Kerja Mental, Fisik Serta Stres Kerja pada Perawat Secara Ergonomi di RSUD Dr. Achmad Mochtar Bukittinggi. *Jom Fekom*, 1015-1029.