

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, ini memungkinkan untuk sampai pada simpulan yang dijelaskan di bawah ini:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Some By Mi. Hal ini dapat dibuktikan dengan t hitung sebesar 5,796, melebihi angka yang tertera dalam distribusi t tabel (1,984). Selain itu, *Sig.* yang mencapai 0,000 berada di bawah 0,05.
2. *Perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Some By Mi. Hal ini dapat dibuktikan dengan t hitung sebesar 7,382, melebihi angka yang tertera dalam distribusi t tabel (1,984). Selain itu, *Sig.* yang mencapai 0,000 berada di bawah 0,05.
3. *Country of origin* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Some By Mi. Hal ini dapat dibuktikan dengan t hitung sebesar 4,084, melebihi angka yang tertera dalam distribusi t tabel (1,984). Selain itu, *Sig.* yang mencapai 0,000 berada di bawah 0,05.
4. *Brand image*, *perceived quality* dan *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli *skincare* Some By Mi. Hal ini dapat dibuktikan dengan f hitung sebesar 135,280, melebihi angka yang tertera dalam distribusi f tabel (2,70). Selain itu, *Sig.* yang mencapai 0,000 berada di bawah 0,05.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan dapat mencakup sejumlah hal, sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

1. Some By Mi harus secara terus-menerus memperkuat reputasi mereknya dengan menggunakan strategi pemasaran yang difokuskan pada kelebihan produknya, pengalaman positif dari para pengguna, serta dengan menjaga kualitas dan terus berinovasi dalam produk-produknya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk-produk mereka.
2. Some By Mi harus terus mengutamakan penemuan baru dan memastikan bahwa produk-produk mereka tetap konsisten dalam mutu dan kualitasnya. Hal ini diperlukan agar persepsi positif terhadap produk skincare mereka tetap terjaga atau bahkan meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk-produk mereka.
3. Some By Mi perlu menekankan hubungannya dengan keunggulan perawatan kulit Korea Selatan untuk menarik perhatian konsumen yang mempedulikan asal-usul produk. Dengan fokus pada keahlian perawatan kulit yang telah terbukti dari Korea Selatan, merek ini dapat menarik minat konsumen yang mencari produk yang terinspirasi oleh inovasi dan teknologi terkini dalam perawatan kulit.
4. Penelitian berikutnya perlu melakukan langkah ekstra untuk menyelami topik yang sudah diselidiki. Hal ini bisa dilakukan dengan menambahkan variabel bebas tambahan dalam analisis serta memperluas jumlah responden yang diteliti. Dengan pendekatan ini, penelitian akan menjadi lebih menarik dan

beragam, memberikan wawasan yang lebih dalam dalam area penelitian yang bersangkutan.