

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis model fishbein sikap konsumen pada kosmetik impor dan lokal Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai sikap dengan model fishbein konsumen pada keseluruhan atribut *afektif, kognitif dan behavioral* kosmetik impor sebesar 15,77 dengan kategori sikap positif, namun penilaian sikap masih belum mencapai hasil yang maksimum
2. Nilai sikap dengan model fishbein konsumen pada keseluruhan atribut *afektif, kognitif dan behavioral* kosmetik lokal sebesar 12,63 dengan kategori sikap netral, namun penilaian sikap masih belum mencapai hasil yang maksimum
3. Nilai sikap konsumen dengan model fishbein konsumen pada keseluruhan atribut *afektif, kognitif dan behavioral* kosmetik impor lebih baik dibandingkan nilai sikap konsumen pada kosmetik lokal

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan Kosmetik

Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan, maka penulis memberikan saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merekomendasikan kepada perusahaan yang bergerak dibidang industri kecantikan khususnya kosmetik lokal untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk kosmetik impor dengan menggunakan bahan yang terbaik dan menambah varian produk kosmetik sehingga dapat meningkatkan penjualan
2. Merekomendasikan kepada perusahaan yang bergerak dibidang industri kecantikan khususnya kosmetik lokal untuk mempertahankan penggunaan bahan-bahan yang alami agar aman

digunakan konsumen sehingga akan memberikan sikap yang positif pada penggunaan produk kosmetik lokal yang akan berdampak meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada kosmetik lokal serta dapat bersaing dengan kosmetik impor.

3. Merekomendasikan kepada perusahaan yang bergerak dibidang industri kecantikan khususnya kosmetik lokal untuk memberikan potongan harga pada setiap produknya sehingga konsumen tertarik melakukan pembelian kosmetik lokal

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini mengenai sikap konsumen pada kosmetik impor dan lokal dengan analisis model fishbein. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur sikap konsumen pada kosmetik impor dan lokal namun lebih spesifik dengan nama merek kosmetik dari perusahaan.