

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan berbagai asumsi telah diuji pengaruh brand image, word of mouth dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk wardah di Batam dapat diringkas sebagai berikut:

1. Brand Image (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Wardah di Batam.
2. Word of Mouth (2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Wardah di Batam.
3. Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Wardah di Batam.
4. Uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan brand image, word of mouth dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Produk Wardah di Batam.

5.1. Saran

Sebuah upaya memberikan saran untuk dapat menghasil tujuan yang maksimal, yakni:

1. Untuk memaksimalkan keputusan pembelian, wardah perlu meningkatkan inovasi baru agar dapat meningkatkan brand image, word of mouth dan kepercayaan sehingga menghasilkan keputusan.
2. Disarankan konsumen wardah agar dapat memberikan informasi yang positif sehingga kepercayaan meningkat bagi konsumen lain untuk dapat tetap loyal terhadap pembelian produk wardah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan diperluas dengan variabel lain.