

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Seperti yang diuraikan di bawah ini, kesimpulan dari temuan yang telah disampaikan sebelumnya dapat dibuat:

1. Kesadaran Merek (X1) mempengaruhi dampak yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Scarlett Whitening di Batam.
2. Kualitas Produk (X2) mempengaruhi dampak yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Scarlett Whitening di Batam.
3. Brand Image (X3) mempengaruhi dampak yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Scarlett Whitening di Batam.
4. Kesadaran Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Brand Image (X3) mempengaruhi dampak yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Scarlett Whitening di Batam.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan temuan penelitian sebelumnya, rekomendasi berikut dapat dibuat:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Scarlett Whitening di Batam untuk membuat metode yang membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik.
2. Jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Image Merek yang berdampak pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian selanjutnya akan memasukkan lebih banyak variabel untuk memungkinkan penelitian yang lebih luas.
3. Penelitian lanjutan diharapkan dapat membantu kemajuan penelitian ini dengan membuat penelitian lebih menarik dan memungkinkan penelitian yang lebih beragam.