

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penegasan temuan yang terkandung pada kajian ini, dapat diperoleh simpulan sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

1. Citra merek (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pembersih wajah Garnier.
2. Promosi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pembersih wajah Garnier.
3. Kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pembersih wajah Garnier.
4. Citra merek (X1), promosi (X2) dan kepercayaan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pembersih wajah Garnier.

5.2 Saran

Konsep yang diungkapkan oleh hasil penelitian ini dapat memberikan saran yang melibatkan berbagai aspek, sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

1. Garnier perlu meningkatkan citra mereknya dengan meluncurkan kampanye pemasaran yang berfokus pada keunggulan produk serta inovasi dalam formulasi yang ramah pada kulit. Hal ini akan membantu memperbaiki persepsi konsumen terhadap merek tersebut, mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi, dan mengukuhkan posisi Garnier sebagai pemimpin dalam industri perawatan wajah dengan produk-produk berkualitas tinggi.

2. Garnier perlu meningkatkan upaya promosi untuk produk pembersih wajahnya dengan mengimplementasikan strategi pemasaran yang melibatkan beragam saluran komunikasi, yang secara spesifik mengincar audiens yang tepat. Dengan demikian, pendekatan ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui pemahaman yang lebih baik tentang keunggulan produk dan menghasilkan peningkatan terhadap merek Garnier.
3. Garnier perlu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pembersih wajahnya dengan mengutamakan transparansi dalam informasi produk dan mendapatkan sertifikasi keamanan dari lembaga yang terpercaya. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat keyakinan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk, sehingga meningkatkan kepercayaan dalam pengambilan keputusan pembelian.
4. Peneliti selanjutnya diharuskan untuk melengkapi penelitian ini dengan penggunaan variabel tambahan yang belum dieksplorasi sebelumnya serta dengan memperluas cakupan sampel penelitian. Hal ini akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti serta memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap bidang pengetahuan yang bersangkutan.