

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan analisis mendalam yang telah dilakukan serta pembahasan sebelumnya, sejumlah kesimpulan dapat diambil dari hasil penelitian ini:

1. Terdapat bukti signifikan yang menunjukkan pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.
2. Analisis data juga memperkuat temuan tentang adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dengan keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.
3. Temuan lain dari analisis data menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.
4. Hasil analisis yang komprehensif juga memverifikasi bahwa variabel kualitas produk, promosi dan citra merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang bisa penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, proses keputusan pembelian Scarlett Whitening sudah baik. Penulis menyarankan perusahaan tetap menjaga kualitas produk, promosi dan citra merek dengan baik agar produk Scarlett Whitening lebih unggul dan diminati oleh pelanggan.
2. Peneliti mengharapkan Scarlett Whitening dapat meningkatkan kualitas produk terhadap pelanggan dengan meningkatkan keandalan produk Scarlett Whitening sehingga dapat membuat produk Scarlett Whitening lebih dipercaya dalam keandalan produknya sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli produk Scarlett Whitening.
3. Peneliti mengharapkan Scarlett Whitening dapat lebih memperhatikan promosi penjualan yang dilakukan melalui pemasaran langsung sehingga penjualan produk secara pemasaran langsung dapat meningkat serta dapat menarik lebih banyak lagi pelanggan untuk membeli Scarlett Whitening.
4. Peneliti mengharapkan Scarlett Whitening dapat memperhatikan reputasi Scarlett Whitening supaya reputasi Scarlett Whitening dapat meningkat sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli Scarlett Whitening.
5. Pada penelitian dimasa yang akan datang berharap dapat menambahkan variabel independen lain selain kualitas produk, promosi dan citra merek yang tentunya mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian dan hasil dari penelitian ini dapat menjadi perbandingan atau acuan dalam melakukan penelitian serupa selanjutnya.