

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penjelasan sebelumnya tentang temuan riset mengarah pada beberapa simpulan yang akan dibahas secara rinci berikut:

1. *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk *skincare* Wardah di Kota Batam.
2. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk *skincare* Wardah di Kota Batam.
3. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk *skincare* Wardah di Kota Batam.
4. *Personal selling*, *digital marketing* dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk *skincare* Wardah di Kota Batam.

#### 5.2 Saran

Setelah menganalisis hasil yang sebelumnya disajikan, terdapat beberapa saran yang akan dijelaskan lebih lanjut berikut ini:

1. Wardah dapat mengoptimalkan *personal selling* dengan menyediakan pelatihan yang komprehensif bagi tim penjualan. Pelatihan ini mencakup pemahaman mendalam tentang produk, keunggulan, dan manfaatnya, serta kemampuan untuk menjawab pertanyaan konsumen dengan tepat. Dengan memastikan bahwa tim penjualan memiliki pengetahuan yang baik tentang

produk, Wardah dapat membangun hubungan jangka panjang dengan para konsumen serta berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen.

2. Wardah dapat memanfaatkan *digital marketing* melalui media sosial, dan *platform* digital lain untuk mempromosikan produk toner. Strategi pemasaran digital dapat mencakup konten-konten informatif dan inspiratif, seperti tutorial penggunaan, ulasan produk dari pengguna, dan testimoni konsumen. Melalui konten yang relevan, Wardah dapat mengedukasi konsumen tentang manfaat toner, serta membangun komunitas *online* yang aktif di sekitar merek Wardah yang akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen.
3. Wardah perlu menjaga konsistensi dalam *perceived value*. Hal ini termasuk menyoroti kualitas bahan-bahan yang digunakan dalam toner, keamanan produk, serta hasil yang dijanjikan seperti kulit yang lebih bersih dan segar. Melalui kampanye komunikasi yang jelas dan transparan, Wardah dapat membangun persepsi positif tentang nilai toner mereka di kalangan konsumen. Strategi ini juga dapat melibatkan penawaran khusus yang menarik untuk meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk Wardah.
4. Penelitian selanjutnya perlu memperluas cakupan variabel independen yang dapat dimanfaatkan dalam analisisnya. Selain itu, meningkatkan ukuran sampel sangat penting untuk memperluas kemampuan generalisasi temuan, memastikan representasi yang lebih kuat dari populasi yang diteliti. Dengan melakukan langkah ini, hasil penelitian dapat menjadi lebih beragam dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman dalam bidang yang diteliti.