

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SASARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Hasil penelitian berdasarkan pembahasan serta analisis yang dilakukan pada pengguna jasa klinik kecantikan Naavagreen Natural Skin Care kota Batam maka didapat kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Citra merek memiliki bukti yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Klinik Kecantikan Naavagreen kota Batam
2. Variabel Promosi memiliki bukti yang menunjukkan pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Klinik Kecantikan Naavagreen kota Batam.
3. Variabel Kualitas produk menunjukkan hasil yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Klinik Kecantikan Naavagreen kota Batam.
4. Hasil analisis menyeluruh pada data penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, promosi dan kualitas produk bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Klinik Kecantikan Naavagreen kota Batam

### 5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis, maka peneliti memberi kesimpulan dan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengharapkan dan menyarankan perusahaan Naavagreen Natural Skin Care kota Batam menjaga citra merek produk yang positif agar lebih dikenal masyarakat.
2. Peneliti mengahrapakan bahwa Perusahaan Naavagreen Natural Skin Care kota Batam lebih sering melakukan promosi dengan tepat waktu dan sesuai sasaran baik lewat media cetak, media elektronik dan media sosial agar lebih menarik banyak pelanggan untuk melakukan pembelian produk.
3. Peneliti mengharapkan perusahaan Naavagreen Natural Skin Care kota Batam menjaga kualitas produk dan meningkatkan produk yang mempunyai daya tahan yang baik yang dapat dilakukan dengan cara memilih bahan baku yang berkualitas dan dapat diandalkan produknya agar menarik banyak pelanggan.
4. Hasil penelitian yang didapat, peneliti mengharapkan agar perusahaan tetap menjaga citra merek yang positif, promosi, serta kualitas produk agar lebih diminati dan diandalkan pelanggan.
5. Peneliti berharap dimasa yang akan datang agar dapat menambahkan variabel lain selain citra merek, promosi, serta kualitas produk yang berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian serta hasil penelitian ini menjadi acuan serta perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.