

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis menyeluruh dan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa temuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Citra merek terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Pixy.
2. Ulasan produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Pixy.
3. *Digital marketing* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pixy.
4. Secara keseluruhan, citra merek, ulasan produk, dan *digital marketing* memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian produk Pixy.

5.2 Saran

1. Menurut temuan penelitian, proses pemilihan pembelian Pixy sudah baik. Penulis menghimbau perusahaan untuk menjaga citra merek, ulasan produk, dan *digital marketing* yang kuat untuk memastikan bahwa produk kosmetik Pixy lebih unggul dan diminati oleh konsumen.
2. Peneliti berpendapat bahwa Pixy dapat memperkuat citra merek nya di hadapan pelanggan dengan meningkatkan citra positif Pixy, sehingga membuat produk Pixy lebih dapat dipercaya dan menarik lebih banyak orang untuk membelinya.
3. Peneliti meyakini Pixy akan lebih memperhatikan ulasan produk yang dilakukan di media sosial dan *platform* kecantikan, sehingga penjualan produk akan meningkat

dan semakin menarik konsumen untuk membeli Pixy.

4. Peneliti berharap Pixy dapat memperkuat *digital marketing*, khususnya di media sosial, guna mendorong calon konsumen untuk membeli Pixy.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel independen dengan memasukkan faktor-faktor lain selain citra merek, ulasan produk, dan digital marketing yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai perbandingan atau referensi dalam studi serupa di masa depan.