

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Adapun beberapa kesimpulan akhir dari penelitian ini, yakni :

1. Keputusan pembelian dapat diberi dampak secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas produk (X1) Bedak Garnier Di Kota Batam.
2. Keputusan pembelian dapat diberi dampak secara positif dan signifikan oleh variabel *brand image* (X2) Bedak Garnier Di Kota Batam.
3. Keputusan pembelian dapat diberi dampak secara positif dan signifikan oleh variabel *influencer* (X3) Bedak Garnier Di Kota Batam.
4. Keputusan pembelian secara bersama-sama dapat diberi dampak secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas produk (X1), *brand image* (X2), dan *influencer* (X3) Bedak Garnier Di Kota Batam sebesar 79,5% sedangkan sisanya sebesar 20,5% mampu diberi dampak oleh variabel lain.

5.2. Saran

Berikut ini beberapa saran peneliti untuk melengkapi penelitian ini berdasarkan temuan-temuan yang telah disebutkan sebelumnya:

1. Untuk meningkatkan daya tarik visual dan emosional, Garnier bisa memperbarui desain kemasan bedaknya. Kemasan yang lebih modern, praktis, dan ramah lingkungan bisa meningkatkan kesan premium dan *up-to-date* yang sesuai dengan tren kosmetik masa kini.
2. Garnier dikenal dengan produk perawatan kulit yang baik. Gunakan *influencer* untuk menekankan bagaimana bedak Garnier tidak hanya memberikan hasil makeup yang natural, tetapi juga merawat kulit (misalnya dengan kandungan SPF, bahan yang melembapkan, atau ringan di kulit).