

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

1. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, namun tetap penting dalam menjaga loyalitas konsumen.
2. Citra merek merupakan faktor dominan yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Minat beli pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, karena kemungkinan dipengaruhi oleh faktor eksternal.
4. Secara simultan, kualitas produk, citra merek, dan minat beli memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi terbesar berasal dari citra merek.

5.2. Saran

1. Bagi perusahaan MS Glow, Mengingat citra merek memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, perusahaan perlu terus berinovasi dalam strategi branding.
2. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, distribusi, atau rekomendasi dari orang lain, yang mungkin lebih signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan konsumen memilih produk MS Glow.

Pendekatan ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang preferensi konsumen yang tidak terungkap dalam metode kuantitatif.