

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data dan analisis sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *brand ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific di Kota Batam.
2. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific di Kota Batam.
3. Variabel *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific di Kota Batam.
4. Variabel *brand ambassador*, promosi dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific di Kota Batam.

5.2 Saran

1. Skintific perlu memperhatikan kesesuaian antara *brand ambassador* dengan merek mereka agar lebih efektif dalam mempengaruhi kepercayaan konsumen.
2. Skintific perlu memperbaiki dan mengoptimalkan upaya komunikasinya dalam promosi agar lebih efektif dalam membangun keyakinan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
3. Skintific perlu memperbaiki dan mengoptimalkan upaya komunikasinya dalam promosi agar lebih efektif dalam membangun keyakinan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti

harga, kualitas produk, atau kepuasan pelanggan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, memperbesar jumlah sampel dan menerapkan metode terkini untuk mencapai hasil yang lebih berarti serta memperluas cakupan penelitian ini.