

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Segala bentuk teori serta uji yang dijelaskan pada bab sebelumnya yang berhubungan dengan setiap variabel yang diteliti pada produk *skincare* Ms Glow, pada kesempatan ini peneliti akan menarik kesimpulan dari pembahasan diatas bahwa:

1. Ditemukannya bukti yang signifikan variabel *beuty influencer* dalam memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow.
2. Temuan kedua merupakan pengaruh positif dan signifikan variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow.
3. Hasil dari variabel *customer review* pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow.
4. Hasil uji bersama-sama dari semua variabel *beauty influencer*, *brand image* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian yang dilakukan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan.

5.2 Saran

Beralaskan kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mengajukan saran untuk perbaikan kedepannya yaitu:

1. Dalam meningkatkan pembelian pada *skincare* Ms Glow di Kota Batam, baiknya perusahaan lebih mempertimbangkan *beauty influencer* yang akan dipakai dalam memperkenalkan produk *skincare* kepada kalangan masyarakat.
2. Melihat banyaknya *skincare* yang ditawarkan dipasar Perusahaan Ms Glow harus lebih menjaga citra merek dari produk, baik itu kualitas produk yang lebih baik dan tampilan produk.
3. Ms Glow untuk tetap mempertahankan peningkatan penjualan produk dapat mempertimbangkan *review* dari *customer* dan melakukan perbaikan terhadap produk.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan menambah atau mengurangi variabel independen dalam penelitian selanjutnya untuk melihat pengaruh pada setiap variabel terhadap keputusan pembelian dan memperluas tempat penelitian yang akan dilakukan.