

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tinjauan dalam pembahasan sebelumnya memberikan simpulan yang lebih mendalam terhadap hasil penelitian, yang dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Periklanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Bening's di Batam.
2. *Word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Bening's di Batam.
3. *Personal selling* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Bening's di Batam.
4. Periklanan, *word of mouth* dan *personal selling* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Bening's di Batam.

5.2 Saran

Dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, saran yang akan dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Skincare* Bening's perlu mengembangkan kampanye periklanan yang lebih inovatif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan target pasar. Upaya ini dapat mencakup penggunaan media sosial secara optimal, pembuatan konten yang memikat perhatian para konsumen, dan pengemasan pesan iklan yang mampu menyampaikan keunggulan produk secara jelas. Selain itu, perusahaan juga dapat memanfaatkan tren pemasaran visual serta juga digital untuk memperluas

jangkauan audiens. Iklan yang menarik akan membantu membangun kesadaran merek dan mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

2. *Skincare* Bening's disarankan untuk mendorong lebih banyak *word of mouth* positif dari para konsumen yang puas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan hasil produk yang efektif, dan program loyalitas yang menarik. Perusahaan juga dapat memanfaatkan *platform* digital untuk memfasilitasi diskusi, testimoni, atau cerita dari pelanggan yang telah merasakan manfaat produk. Dengan menciptakan *word of mouth* yang kuat dan positif, perusahaan dapat memperkuat kepercayaan dari konsumen dan meningkatkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
3. *Skincare* Bening's juga perlu menciptakan pendekatan *personal selling* yang lebih strategis dan menarik. Perusahaan dapat memberikan pelatihan kepada tim penjual agar lebih memahami kebutuhan para konsumen, memiliki pengetahuan mendalam tentang produk, serta mampu menjelaskan manfaat produk dengan cara yang persuasif dan meyakinkan. Interaksi yang bersifat personal ini dapat memungkinkan perusahaan untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan konsumen, sehingga mereka merasa lebih percaya diri untuk membeli produk *skincare* Bening's tersebut.
4. Penelitian di masa mendatang disarankan untuk memperluas cakupan studi ini dengan menjangkau dimensi yang lebih beragam atau wilayah penelitian yang lebih luas. Selain itu, pengembangan riset juga dapat mencakup penambahan variabel-variabel baru yang belum dibahas, menggunakan metode penelitian yang berbeda, atau memperdalam analisis pada suatu aspek tertentu untuk

memperoleh pemahaman yang mendetail. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan akan mampu untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori maupun praktik di bidang yang diteliti.