

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skincare ERHA di Kota Batam” telah menjawab rumusan-rumusan permasalahan dari penelitian ini seperti :

1. *Brand image* mempunyai dampak parsial yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* ERHA di Kota Batam.
2. Kualitas produk mempunyai dampak parsial yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* ERHA di Kota Batam.
3. Nilai pelanggan mempunyai dampak parsial yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* ERHA di Kota Batam.
4. *Brand image*, kualitas produk, dan nilai pelanggan mempunyai dampak simultan yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* ERHA di Kota Batam.

5.2 Saran

Adapun saran sebagai peneliti yang bisa dibagikan selama meneliti penelitian ini yakni :

1. ERHA dapat memperkuat *brand image* yang dimiliki dengan menggandeng *celebrity influencer* yang memiliki pasar atau audiens yang sama dengan tujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian. *Influencer* yang relevan

akan memudahkan dalam menyampaikan informasi serta membagi pengalamannya sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk *skincare* ERHA.

2. ERHA dapat meningkatkan interaksinya di media sosial karena saat ini perkembangan teknologi khususnya media sosial sangat pesat terutama untuk mempertahankan eksistensi dan penyebaran informasi yang merata. Melakukan sesi tanya jawab kepada konsumen melalui media sosial membantu konsumen untuk mempererat keterlibatan antara konsumen dengan ERHA.
3. ERHA dapat melakukan edukasi kepada konsumen terhadap penggunaan produk, membagi informasi tips-tips tentang penggunaan serta kombinasi produk yang tepat untuk hasil yang maksimal yang disertai dengan bukti yang nyata mampu meningkatkan keputusan pembelian.
4. ERHA harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan sebagai bentuk nilai pelanggan karena ketika konsumen memperoleh perlakuan yang baik dan prima akan meningkatkan keputusan pembelian berulang.
5. ERHA juga dapat menambah suatu komunitas pelanggan dimana di dalam komunitas tersebut pelanggan akan berbagi pengalamannya dan hasil yang didapat selama penggunaan produk *skincare* ERHA.