

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Naavagreen di Kota Batam.
2. Promosi media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Naavagreen di Kota Batam.
3. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Naavagreen di Kota Batam.
4. Kualitas produk, Promosi media sosial dan Kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *skincare* Naavagreen di Kota Batam

5.2. Saran

Saran yang dirumuskan berdasarkan penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara kualitas produk, promosi media sosial, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel seperti loyalitas pelanggan, word of

mouth, atau kinerja karyawan untuk memberikan pengetahuan dan temuan yang lebih komprehensif.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil, pernyataan terkait "manfaat produk skincare yang sesuai dengan klaim" mendapatkan skor terendah. Naavagreen perlu meningkatkan transparansi dan edukasi terkait penggunaan produk. Perusahaan juga perlu terus mempertahankan standar kebersihan dan kenyamanan di semua cabang, bahkan menjadikannya sebagai ciri khas dalam *branding* mengingat pernyataan ini menerima skor tertinggi dalam segi kualitas. Terkait dengan promosi sosial media, Naavagreen dapat berinvestasi dalam pembuatan konten yang lebih kreatif, informatif, dan sesuai dengan tren kecantikan terkini. Seperti menggunakan format video pendek (*reels, short*), testimoni pelanggan, atau kolaborasi dengan influencer untuk memperkuat dampak promosi. Naavagreen perlu lebih terbuka dalam menyampaikan informasi ini, misalnya dengan mencantumkan deskripsi produk secara rinci di kemasan maupun situs web. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek dan diharapkan dapat mengatasi rendahnya kepercayaan yang diakibatkan kurangnya Naavagreen mencantuman bahan dan efek samping produk.