

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
2. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
3. *Personal Branding* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
4. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
5. Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
6. *Personal Branding* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.
7. Kualitas Produk, Citra Merek dan *Personal Branding* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tupperware di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran-saran yang dapat disampaikan guna memberikan masukan bagi pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Perusahaan disarankan untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh, baik dari aspek bahan baku, desain, fungsi, maupun ketahanan guna memberikan nilai tambah dan memenuhi harapan konsumen. Selain itu, citra merek perlu dibangun dan dijaga melalui strategi komunikasi yang konsisten, pemanfaatan media digital secara efektif, serta partisipasi dalam kegiatan yang dapat memperkuat reputasi perusahaan di mata publik. Apabila terdapat tokoh yang berperan sebagai representasi merek atau pemilik usaha yang dikenal masyarakat, maka penguatan *personal branding* juga menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan kepercayaan serta mendorong keputusan pembelian. Ketiga variabel tersebut kualitas produk, citra merek, dan *personal branding* sebaiknya diterapkan secara terintegrasi dalam strategi pemasaran agar mampu memberikan pengaruh yang optimal terhadap perilaku konsumen. Di samping itu, perusahaan juga dianjurkan untuk secara berkala mengumpulkan umpan balik dari konsumen sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan mutu produk dan efektivitas strategi pemasaran.

2. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada pengaruh variabel kualitas produk, citra merek, dan *personal branding* terhadap keputusan pembelian

Tupperware. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, kepercayaan konsumen, atau kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek atau sektor industri yang berbeda guna memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan generalisasi yang lebih luas. Penggunaan metode penelitian kualitatif atau campuran (*mixed methods*) juga dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam persepsi dan preferensi konsumen yang tidak dapat dijangkau melalui pendekatan kuantitatif semata.