

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Studi ini, melalui proses pengolahan data dan penjabaran yang menyeluruh, mengarah pada simpulan seperti di bawah ini:

1. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian HB Dosting Daviena di Kota Batam.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian HB Dosting Daviena di Kota Batam.
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian HB Dosting Daviena di Kota Batam.
4. Kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian HB Dosting Daviena di Kota Batam.

5.2 Saran

Sebagai lanjutan dari simpulan yang telah disajikan, berikut beberapa saran yang dapat direkomendasikan:

1. HB Dosting Daviena perlu membangun serta memperkuat suatu kepercayaan konsumen melalui berbagai strategi yang akan berfokus pada transparansi dan konsistensi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan informasi produk secara jujur dan detail, termasuk komposisi bahan, manfaat, dan cara penggunaan yang tepat. Selain itu, menjaga kualitas layanan pelanggan serta menanggapi keluhan atau pertanyaan konsumen secara cepat dan ramah

juga akan membantu menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, sehingga konsumen potensial akan lebih yakin untuk melakukan pembelian.

2. HB Dosting Daviena perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan pasar. Hal ini mencakup penggunaan bahan baku yang aman serta pada pengujian yang terstandarisasi untuk memastikan produk efektif dan tidak menimbulkan efek samping. Selain itu, perusahaan disarankan untuk memperhatikan desain dan fungsi kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga praktis digunakan. Melakukan inovasi secara berkala juga akan menjadi penting, agar produk tetap relevan dan mampu bersaing di tengah tren industri kecantikan.
3. HB Dosting Daviena perlu memperkuat *brand image* agar mampu tertanam kuat dalam benak konsumen sebagai produk kosmetik lokal yang terpercaya dan berkualitas. Upaya ini dapat dilakukan dengan membangun identitas visual yang konsisten, seperti penggunaan logo, warna, dan gaya komunikasi yang seragam di semua saluran pemasaran. Selain itu, melakukan promosi yang terarah dan relevan akan membantu menciptakan kesan positif terhadap merek. Citra yang baik akan membuat konsumen merasa bangga menggunakan produk dan lebih cenderung melakukan pembelian ulang.
4. Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk mempertimbangkan peningkatan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat merepresentasikan populasi secara lebih akurat. Selain itu, perluasan cakupan variabel independen juga penting dilakukan agar dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. Dengan

demikian, temuan yang dihasilkan akan lebih komprehensif dan mendalam, serta mampu memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan teori dan praktik di bidang pemasaran.