

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Slai Olai di Kota Batam.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Slai Olai di Kota Batam.
3. *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Slai Olai di Kota Batam.
4. Secara keseluruhan, citra merek, promosi, dan influencer marketing secara bersamaan berkontribusi positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian produk Slai Olai di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Proses pengambilan keputusan pembelian Slai Olai sudah berjalan baik, sehingga perusahaan perlu terus menjaga dan mengoptimalkan citra merek, promosi, serta penggunaan *influencer marketing* agar tetap kompetitif dan menarik minat konsumen.
2. Untuk memperkuat kepercayaan konsumen, perusahaan disarankan meningkatkan citra merek melalui perbaikan kualitas dan identitas produk.

3. Strategi promosi, terutama pemasaran langsung, perlu dikembangkan agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan mendorong peningkatan penjualan.
4. Reputasi perusahaan juga perlu dijaga karena berpengaruh besar terhadap persepsi dan keputusan pembelian konsumen.
5. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain di luar citra merek, promosi, dan *influencer marketing* agar pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi lebih menyeluruh, sekaligus menjadi referensi bagi riset serupa ke depan.