

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Rangkaian temuan yang telah diidentifikasi mengarahkan kerangka berpikir dalam menarik simpulan yang dijabarkan lebih lanjut di bawah ini:

1. *E-wom* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
4. *E-wom*, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.

5.2 Saran

Dari pemaparan hasil yang telah dikemukakan, dapat ditarik sejumlah saran yang relevan dan akan dijelaskan secara lebih spesifik berikut ini:

1. Nivea sebaiknya mengoptimalkan potensi *e-WOM* dengan cara membangun interaksi yang aktif dan bersifat positif di berbagai *platform* media sosial serta *marketplace*. Nivea dapat mendorong pembeli yang puas untuk membagikan pengalaman mereka melalui ulasan, testimoni, atau konten video yang menarik. Selain itu, memberikan insentif seperti voucher diskon atau hadiah eksklusif bagi konsumen yang memberikan *review* jujur akan mampu meningkatkan

volume dan kualitas *e-WOM*. Dengan demikian, informasi positif yang tersebar luas melalui kanal digital akan meningkatkan keputusan pembelian.

2. Nivea sebaiknya secara konsisten menjaga standar mutu produk Body Serum, baik dari segi kandungan bahan aktif, tekstur, aroma, maupun daya serap yang sesuai dengan kebutuhan kulit masyarakat tropis seperti di Batam. Di samping itu, peningkatan pada aspek visual seperti desain kemasan yang menarik dan informatif juga perlu diperhatikan untuk menambah nilai persepsi kualitas di mata konsumen. Produk yang akan memiliki kinerja nyata dan sesuai klaim manfaatnya akan menumbuhkan suatu keyakinan serta mendorong keputusan pembelian pelanggan jangka panjang.
3. Nivea sebaiknya terus membangun kepercayaan dari para konsumen dengan mengedepankan transparansi suatu informasi mengenai bahan, manfaat, dan keamanan produk. Hal ini bisa dilakukan melalui edukasi konsumen di *website* resmi, label kemasan, serta kolaborasi dengan pihak ketiga yang terpercaya seperti dokter kulit atau *beauty influencer* yang kredibel. Jaminan keamanan melalui sertifikasi resmi seperti BPOM dan label halal juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan rasa percaya, terutama bagi para konsumen yang sangat selektif dalam memilih produk perawatan tubuh.
4. Penelitian lanjutan di masa mendatang disarankan untuk memperluas cakupan variabel independen yang dipergunakan dalam konstruksi model analisis, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai faktor-faktor yang akan memengaruhi variabel dependen. Dengan memperkaya dimensi variabel bebas, studi berikutnya berpotensi mengungkap interaksi yang

lebih kompleks dan bernuansa terhadap keputusan pembelian atau variabel lain yang diteliti, sehingga hasil analisis dapat merefleksikan realitas pasar secara lebih akurat dan komprehensif.