

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang terdapat pada bagian sebelumnya, serta analisis yang mencakup teori dan konsep yang mendukung penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand image* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Konsumen di DKI Jakarta” berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan perusahaan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat yang berarti kualitas produk sesuai dengan karakteristik keseluruhan produk yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat dan dapat memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* yang dimiliki perusahaan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat yang berarti *brand image* sangat menentukan konsumen untuk membeli produk karena *brand image* dapat menciptakan persepsi tentang nilai dan karakteristik suatu merek pada konsumen sehingga konsumen lebih memilih merek dengan citra positif yang sesuai dengan identitas dan kebutuhannya.
3. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik popularitas *brand ambassador* yang direkrut maka keputusan pembelian akan semakin meningkat yang berarti semakin populer *brand ambassador* yang digunakan perusahaan maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, penulis memberikan saran kepada perusahaan kosmetik Wardah untuk memperhatikan beberapa hal guna meningkatkan keputusan pembelian, diantaranya:

1. Meskipun kualitas produk kosmetik Wardah sudah baik dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, fokus perusahaan perlu ditingkatkan pada aspek kualitas kinerja, disarankan agar perusahaan dapat lebih aktif dalam menyediakan informasi terkait bahan-bahan dan proses produksi yang digunakan, serta melibatkan testimoni pengguna untuk memberikan bukti positif terhadap produk agar konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada kosmetik Wardah semakin meningkat. Untuk indikator bentuk yang memiliki hasil mean paling tinggi yaitu Wardah memiliki produk kosmetik yang lengkap diharapkan perusahaan dapat terus mempertahankan dan meningkatkannya.
2. Meskipun *brand image* kosmetik Wardah sudah baik dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, fokus perusahaan perlu ditingkatkan pada aspek kesukaan asosiasi merek, disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan terus memberikan produk berkualitas dan menjaga konsistensi dalam inovasi serta transparansi mengenai nilai-nilai perusahaan agar konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada kosmetik Wardah semakin meningkat. Untuk indikator keunikan asosiasi merek yang memiliki mean paling tinggi yaitu Wardah memiliki logo yang simple diharapkan perusahaan dapat terus mempertahankan dan meningkatkannya.
3. Meskipun *brand ambassador* kosmetik Wardah sudah baik dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, fokus perusahaan perlu ditingkatkan pada aspek *power*, disarankan agar perusahaan dapat melibatkan *brand ambassador* secara lebih aktif dalam menyampaikan pengalaman positif mereka dengan produk kosmetik Wardah, serta menjalin kerjasama dengan *brand ambassador* yang memiliki nilai-nilai positif dan sesuai dengan visi perusahaan hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik

konsumen untuk terus melakukan pembelian pada kosmetik Wardah. Untuk indikator *visibility* (popularitas) yang memiliki mean paling tinggi yaitu popularitas Dinda Haww mampu menarik lebih banyak konsumen diharapkan perusahaan dapat terus mempertahankannya dan meningkatkannya.

