

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian Sunscreen gel Azarine di Summarecon Mall Bekasi. Maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sunscreen gel Azarine. Hal ini mempunyai arti bahwa apabila kualitas produk sunscreen gel azarine sudah baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian sunscreen gel azarine.
2. Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sunscreen gel Azarine. Hal ini mempunyai arti bahwa Citra Merek memiliki nilai tinggi terhadap popularitas yang baik sebagai salah satu perusahaan di bidang kosmetik, semakin tinggi tingkat popularitas yang baik maka akan memudahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sunscreen gel azarine.
3. *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sunscreen gel Azarine. Hal ini mempunyai arti bahwa dengan adanya penggunaan brand ambassador untuk produk azarine maka bisa menambah keinginan konsumen azarine untuk melakukan keputusan pembelian sunscreen gel azarine.

B. SARAN

Berdasarkan dari temuan penelitian serta kesimpulan, penulis mampu memberikan saran yang diinginkan mampu memberikan dampak positif pada perusahaan dan juga penelitian selanjutnya:

1. Kualitas Produk dari sunscreen gel azarine sudah baik sehingga dapat memberikan pengaruh peningkatan keputusan pembelian dari pelanggan. Namun sunscreen azarine gel harus lebih fokus untuk meningkatkan penyesuaian yakni tekstur gel dengan sensasi dingin yang menyegarkan. Hal

ini di harapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.

2. Citra merek dari sunscreen gel azarine sudah baik sehingga dapat memberikan pengaruh peningkatan keputusan pembelian dari pelanggan. Namun sunscreen gel azarine harus lebih fokus untuk meningkatkan *Affinity* (hubungan emosional) yakni tentang produk yang ada didalam pikiran untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari. Hal ini di harapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.
3. *Brand ambassador* sunscreen gel azarine sudah baik sehingga dapat memberikan pengaruh peningkatan keputusan pembelian dari pelanggan. Namun sunscreen gel azarine harus lebih fokus untuk meningkatkan kredibilitas yakni lee minho yang dianggap cukup mewakili merek sehingga pelanggan yakin terhadapnya. Hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.

