

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh antara Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Ms Glow for Men* Jagakarsa Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian *Facial Wash Ms Glow for Men* di Jagakarsa Jakarta Selatan. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian semakin meningkat.
2. Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Ms Glow for Men* di Jagakarsa Jakarta Selatan. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin bagus dan baik Citra Merek maka Keputusan Pembelian semakin meningkat.
3. *Electronic Word of Mouth* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Ms Glow for Men* di Jagakarsa Jakarta Selatan. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin banyak *Electronic Word of Mouth* maka Keputusan Pembelian semakin meningkat.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi peningkatan Keputusan Pembelian *Facial Wash Ms Glow for Men* Jagakarsa Jakarta selatan. Adapun beberapa saran yang penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Menurut hasil penelitian, Kualitas Produk *Facial Wash Ms Glow for Men* Jagakarsa sudah baik karena mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya *Facial Wash Ms Glow for Men* Jagakarsa melakukan peningkatan terhadap Keistimewaan (*Feature*) produk terutama dalam kandungan vitamin facial wash tersebut sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada Keputusan Pembelian.
2. Menurut hasil penelitian, Citra Merek sudah baik karena mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya *Facial Wash Ms Glow for Men* Jagakarsa melakukan peningkatan terhadap *Favourable* dalam membuat merek sehingga diharapkan dapat lebih baik dalam memberikan kontribusi pada Keputusan Pembelian.

3. Menurut hasil penelitian, *Electronic Word of Mouth* sudah baik karena mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, namun sebaiknya *Facial Wash Ms Glow for Men Jagakarsa* melakukan peningkatan terhadap Konten terutama dalam membuat konten menarik untuk produk *Ms Glow for Men* sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada Keputusan Pembelian.

