

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian tentang pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk *Hand and Body Lotion* Marina di wilayah Jakarta Selatan. Maka dengan ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Hand and Body Lotion* Marina di Jakarta Selatan. Hal ini membuktikan bahwa, jika *brand image* semakin baik dan meningkat maka akan semakin tinggi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina di Jakarta Selatan. Hal ini membuktikan bahwa, jika kualitas produk semakin baik dan meningkat maka akan semakin tinggi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Marina di Jakarta Selatan. Hal ini membuktikan bahwa, jika *electronic word of mouth* semakin baik dan meningkat maka akan semakin tinggi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

B. Saran

Berdasarkan dari temuan penelitian serta kesimpulan, penulis mampu memberikan saran yang di inginkan mampu memberikan dampak positif pada Perusahaan dan juga penelitian selanjutnya:

1. Untuk *Brand Image* dari *Hand and Body Lotion* Marina perusahaan harus lebih fokus pada aspek daya tarik yakni dengan memperkuat hubungan emosional dengan konsumen melalui strategi yang lebih personal dan relevan. Penekanan kualitas pengalaman pelanggan serta peningkatan citra merek melalui inovasi

dan keberlanjutan dapat meningkatkan afinitas dan kedekatan konsumen terhadap merek.

2. Untuk Kualitas produk dari Hand and Body Lotion Marina perusahaan harus lebih fokus pada aspek kualitas kinerja dan kesesuaian kualitas yakni tentang kualitas yang ada pada kemasan dan ekspektasi yang diharapkan konsumen, dengan meningkatkan control kualitas serta pengujian produk yang lebih ketat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memenuhi harapan mereka terhadap kualitas produk.
3. Untuk *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dari Hand and Body Lotion Marina perlu dimaksimalkan lagi, karena sudah terbukti dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Perusahaan dapat lebih fokus pada intensitas yakni dengan meningkatkan intensitas konten atau informasi mengenai produk Marina secara lebih aktif melalui sosial media.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat menganalisis variabel lain yang mempengaruhi pengalaman konsumen terhadap kepuasan dan loyalitas produk Marina. Misalnya, harga, kemasan, inovasi produk, pengaruh endorsement oleh influencer, serta dampaknya terhadap perilaku pembelian berulang.

