

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, iklan dan *customer reviews* secara individu (parsial) maupun bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk Wardah yang ada di outlet Aneka Jaya Demak. Berdasarkan pada data yang telah di dapatkan melalui penyebaran kuesioner kemudian pengujian yang dilakukan oleh peneliti terhadap permasalahan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan yang berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu sebagai berikut:

1. Brand image secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di outlet Aneka Jaya Demak.
2. Iklan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di outlet Aneka Jaya Demak.
3. Customer reviews secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di outlet Aneka Jaya Demak.
4. Brand image, iklan dan customer reviews secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Variabel brand image merupakan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini, oleh karena itu, agar keputusan pembelian kosmetik produk Wardah meningkat maka brand image dari produk Wardah harus ditingkatkan lagi. Perusahaan harus membentuk brand image sebaik mungkin karena semakin baik citra merek terhadap suatu produk, maka keputusan pembelian juga dapat meningkat.
2. Variabel iklan merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling kecil dalam penelitian ini. Oleh karena itu, agar keputusan pembelian produk Wardah meningkat perlu adanya kreativitas dalam pembuatan iklan agar dapat menarik dan

- mempengaruhi orang yang melihatnya. Penayangan iklan juga harus dengan durasi yang cukup dan seefektif mungkin.
3. Variabel customer reviews perlu ditingkatkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah. Peningkatan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah ulasan konsumen secara online terutama melalui media sosial Youtube. Agar produk Wardah sering di review atau diulas oleh konsumen, pihak perusahaan dapat melakukan dengan cara mengadakan lomba mereviews produk-produk Wardah secara online berupa video dan mengunggahnya di Youtube. Perusahaan juga dapat memberikan produk terbarunya kepada beauty vlogger yang sudah terkenal dengan kredibilitas baik untuk mereview produknya. Dengan demikian semakin banyaknya video ulasan konsumen online di Youtube, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
 4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel yang lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu brand image, iklan dan customer reviews dan keputusan pembelian. Serta diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan cara menggunakan produk lain selain Wardah Kosmetik misalnya Emina atau Sariayu untuk perbandingan. Sehingga informasi yang disajikan lebih beragam dan lebih baik dari penelitian ini.