

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, penulis sampai pada kesimpulan berikut:

1. Kualitas Produk (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* (Z). Artinya, semakin baik kualitas produk maka semakin baik pula *brand image* perusahaan tersebut.
2. Promosi (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* (Z). Artinya dengan adanya promosi yang efektif mampu meningkatkan *brand image*.
3. *Brand Image* (Z) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya, citra produk yang baik membuat konsumen lebih yakin untuk memilih dan membeli produk.
4. Kualitas Produk (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya, produk berkualitas tinggi dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk.
5. Promosi (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya, promosi yang menarik membuat konsumen lebih cenderung untuk membeli produk.
6. Kualitas Produk (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui *Brand Image* (Z). Artinya, kualitas produk yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan yang selanjutnya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
7. Promosi (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui *Brand Image* (Z). Artinya, promosi yang baik akan meningkatkan *brand image* yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan

Studi ini mengungkapkan bahwa kualitas produk yang baik dapat berpengaruh pada keputusan pembelian suatu produk dengan memberikan pandangan positif terhadap *brand image*. Maka dari itu, bahan yang digunakan pada produk *Scarlett Whitening* memiliki kualitas yang mempengaruhi peningkatan *brand image* produk yang membuat konsumen memiliki persepsi baik terhadap produk dan memiliki keinginan untuk memutuskan melakukan pembelian. Hal ini didukung dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, yang secara konsisten dan gencar dalam jangka waktu tertentu, maka konsumen akan selalu mengingat merek dan meningkatkan keputusan pembelian. Suatu produk memiliki citra merek yang sangat penting dan harus dibangun serta dipertahankan agar memiliki reputasi yang baik dan menjadi nilai tambah bagi konsumen dalam benaknya maupun persepsi yang dimiliki konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, perusahaan perlu untuk memperhatikan dan mempertahankan kualitas produk dan promosi *scarlett*, serta memperkuat citra merek dan keputusan pembelian, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah strategi yang komprehensif. Penggunaan bahan berkualitas tinggi dan daya tahan produk untuk memenuhi harapan konsumen. Di sisi promosi, memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk melakukan kampanye pemasaran yang gencar serta mengembangkan program loyalitas pelanggan yang memberikan insentif bagi konsumen yang setia. Selanjutnya, untuk membangun citra merek yang kuat, perusahaan dapat terlibat dalam kegiatan sosial yang menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat. Konsistensi dalam kualitas produk dan layanan yang baik sangat penting karena pengalaman positif akan mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk ke orang lain. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, *scarlett* dapat meningkatkan kualitas produk dan efektivitas promosi yang pada gilirannya akan memperkuat citra merek dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan yang belum dianalisis dalam penelitian ini tetapi penting dan dapat diteliti. Dengan menambahkan variabel yang berbeda pada peneliti selanjutnya, peneliti dapat memperluas wawasan dan pemahaman terkait dengan keputusan pembelian serta dapat menemukan faktor-faktor lain yang mungkin berperan dalam mempengaruhi hal tersebut.

