

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan pengolahan dan analisis data penelitian “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening” dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti kualitas produk yang dimiliki oleh produk Scarlett Whitening mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk mereka. Ketika seorang konsumen yakin bahwa produk atau jasa itu diperlukan, mereka dapat memutuskan untuk membelinya. Cara terbaik bagi bisnis untuk mendapatkan perhatian pelanggan adalah dengan menawarkan barang-barang berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian karena dengan adanya *brand image* yang baik dari produk Scarlett Whitening membuat konsumen lebih mempercayai produk dan dinilai baik sehingga selalu teringat di benak konsumen. Semakin baik *brand image* suatu produk maka semakin tinggi keyakinan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti kualitas produk yang dimiliki oleh produk Scarlett Whitening mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk mereka. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen.

3. Berdasarkan hasil penelitian hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening. Sehingga dapat disimpulkan *brand image* dan kualitas produk, secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dengan melihat bagaimana pengaruh *brand image* dan kualitas produk konsumen terhadap keputusan pembelian, maka para pengusaha harus mampu mempertahankan citra merek yang sekarang dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas sebagai produk yang dinilai selalu baik untuk dapat menarik keputusan pembelian konsumen. dinilai selalu baik untuk dapat menarik keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk penelitian selanjutnya di harapkan untuk lebih memperluas penelitian yang belum dimasukkan dalam penelitian ini, karena kemungkinan masih banyak lagi hal-hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian selain *brand image* dan kualitas produk. Selain itu penelitian berikutnya juga dapat memperluas bahasan dengan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian agar penelitian menjadi akurat.