

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil studi ini secara keseluruhan adapun kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil studi ini menginterpretasikan bahwasanya kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu, **Hipotesis 1 Diterima**. Dengan bertambah tinggi kualitas produk, maka bertambah besar minat beli pengguna sehingga mendorong pengguna untuk melakukan pembelian.
2. Hasil studi ini juga menginterpretasikan bahwasanya citra merek mempunyai dampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Variable ini yaitu factor paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh sebab itu, **Hipotesis 2 Diterima**. Dengan bertambah baik citra merek yang dimiliki, maka bertambah pula minat beli pengguna, sehingga mendorong pengguna untuk membuat keputusan pembelian.

#### 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan yaitu:

1. Bagi Perusahaan.

Sangat penting untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk baru dan meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan. ini bisa dimulai dengan memperkenalkan kemasan yang bisa didaur ulang, memakai bahan-bahan alami, dan tidak memakai bahan kimia berbahaya. Dengan melakukan ini, perusahaan tidak hanya bisa meningkatkan kualitas produk-nya tetapi juga memperkuat citra merek yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab sosial. Selain itu, perusahaan harus memperkuat komitmen pada responsibilitas sosial dan lingkungan sekitar. Hal ini melingkupi bermacam gagasan sebagaimana program pengurangan emisi karbon, mendukung komunitas lokal, dan terlibat dalam proyek-proyek pelestarian lingkungan. Dengan menunjukkan dedikasi yang kuat terhadap isu-isu sosial dan

lingkungan, Perusahaan bisa meningkatkan kepercayaan pengguna dan loyalitas pengguna yang lebih kuat, sekaligus berkontribusi positif pada masyarakat dan planet kita.

## 2. Bagi Studi.

Untuk studi dimasa depan, penulis menyarankan agar memasukkan variable tambahan serta teori-teori yang menghubungkan antar variable. Misalnya menambahkan variable intervening sebagaimana variable harga, variable minat beli, atau variable *word of mouth (WOM)* dan lain sebagainya. Hal ini akan membantu peneliti selanjutnya untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan melakukan studi dengan topik lebih menarik. Penambahan variable ini tidak hanya akan memperkaya dimensi studi tetapi akan memberikan perspektif baru yang lebih mendalam tentang dinamika yang terjadi diantara variable-variable tersebut. Dengan memanfaatkan teori-teori yang ada dan mungkin peneliti bisa mengembangkan teori baru, studi masa depan bisa mengidentifikasi dan menganalisa hubungan sebab-akibat dengan lebih akurat. Hal ini akan membantu memperluas pemahaman tentang topik yang sedang diteliti dan bisa menghasilkan temuan yang lebih signifikan.