

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Image* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian.. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik *brand image* maka akan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Semakin kreatif suatu perusahaan terhadap produk yang mereka jual serta dapat memunculkan kesan baik tersebut, maka dengan hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Brand Awareness* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini juga membuktikan bahwa semakin sadarnya konsumen terhadap kualitas, kuantitas pada suatu produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain :

1. Perusahaan, sebaiknya tetap mempertahankan ciri khas yang ada. Seperti para konsumen yang telah mengenal produk Sariayu Martha Tilaar berdasarkan lama berdirinya dan produk tersebut dikenal juga

memakai berbagai macam bahan alami. Namun, hal ini juga harus diimbangi dengan sebuah inovasi yang lebih *segmented* lagi, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian agar pendapatan perusahaan menjadi lebih signifikan.

2. Perusahaan, sebaiknya juga tetap mempertahankan daya tarik produk yang sudah ada. Karena, ketika konsumen ingin membeli suatu produk yang mereka butuhkan pastinya akan dihadapkan dengan beberapa pilihan merek skincare yang ada. Sehingga, perusahaan mempunyai peran bagaimana membuat produknya menjadi *top of mind* pada benak konsumen. Agar, ketika konsumen ingin membeli sebuah produk yang sedang dibutuhkan akan selalu mengingat produk tersebut dan membelinya.
3. Dalam mempertahankan *brand image* dan *brand awareness* ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas dan memunculkan produk inovasi, supaya bisa mencapai *market* yang lebih luas lagi. Karena hal tersebut dapat menaikkan pendapatan perusahaan serta ketertarikan konsumen lebih meningkat untuk membeli kembali produk Sariayu. Disamping itu terdapat variabel yang sangat berpengaruh juga untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan, yaitu *brand promotion*. Karena Sariayu Martha Tilaar masih kurang konsisten dalam mempromosikan produknya ke beberapa media sosial yang lagi viral, seperti Instagram, Twitter, dan TikTok.