

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Brand Ambassador berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek brand ambassador yang digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
2. Variabel Brand Image memiliki berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin dikuat kualitas citra merek yang dimiliki, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan:

1. Diharapkan pihak perusahaan bisa mempertahankan kekuatan dari ambassador Wardah dengan merancang startegi pemasaran yang tepat dengan penggunaan ambassador yang lebih beragam agar selalu memberikan kesan yang baik dimata konsumen.

2. Diharapkan Perusahaan terus berinovasi dan konsisten pada produk yang ditawarkan agar produk lebih mudah dikenali sebagai brand image produk kecantikan dengan harga terjangkau namun kualitas produk yang ditawarkan dapat diunggulkan daripada produk kecantikan yang baru.

3. Diharapkan perusahaan hendaknya membuat tim customer service presentative , dan menyediakan tempat kritik saran untuk konsumen sehingga ketika konsumen membeli dan menawarkan sesuai dengan diskripsi produk sehingga hubungan dan kepercayaan konsumen kepada perusahaan meningkat.