

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode PLS untuk menguji Pengaruh Atribut Produk dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Glad2Glow* di Kota Surabaya. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atribut Produk berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Glad2Glow* di Kota Surabaya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Trust* berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Glad2Glow* di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini produk *sunscreen Glad2Glow* yang merupakan produk yang tergolong baru dan viral di media social. Sehingga untuk meningkatkan Keputusan Pembelian terhadap *sunscreen Glad2Glow*, perusahaan harus terus melakukan inovasi Atribut Produk dan meningkatkan *Brand Trust* terhadap konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian terhadap produk *sunscreen* Glad2Glow dengan variabel yang berbeda sesuai dengan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan.