

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik. Hal tersebut menunjukkan semakin baik citra merek Garnier *micellar water* maka akan semakin mempengaruhi tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen pada produk Garnier *micellar water*.
2. Kepercayaan merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi tingkat kepercayaan merek pada Garnier *micellar water* maka akan semakin mempengaruhi tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen pada produk Garnier *micellar water*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan dan hasil analisis dari pengujian yang telah dilakukan, berikut merupakan beberapa saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan:

1. Perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek produknya dengan terus memperhatikan keunggulan kinerja Garnier *micellar water* sebagai produk pembersih wajah yang ampuh dalam membersihkan makeup, debu, dan kotoran guna menarik keputusan pembelian konsumen.
2. Perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek terhadap produknya dengan terus memperhatikan keandalan Garnier *micellar water* dalam menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan konsumen guna menarik keputusan pembelian konsumen.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel independen diluar variabel yang telah digunakan seperti *celebrity endorser*, *green marketing*, *digital marketing* dan lainnya guna mengetahui faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.