

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada hasil yang telah dijelaskan penelitian ini, memperoleh kesimpulan yakni:

1. Citra Merek, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada produk Wardah;
2. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada produk Wardah;
3. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada produk Wardah;
4. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada produk Wardah.

5.2 Saran

Bersumber dari hasil dari temuan yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis mengajukan saran ataupun rekomendasi yakni:

1. Wardah diharapkan terus mengunggulkan kualitas dan inovasi produk dengan bahan alami berkualitas tinggi serta memperkuat citra merek melalui strategi pemasaran kreatif dan kolaborasi dengan influencer guna

mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing di pasar kosmetik halal Indonesia.

2. Diharapkan bagi peneliti berikutnya untuk lebih beragam dalam mengembangkan keterkaitan yang memengaruhi keunggulan bersaing suatu merek, tidak hanya terbatas pada Citra Merek, Inovasi Produk dan Kualitas Produk.