

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. *Iklan* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Hand and Body Lotion Citra*.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Hand and Body Lotion Citra*.
3. Iklan dan citra merek secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Hand and Body Lotion Citra*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian pada *Hand and Body Lotion Citra* . , maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil yang cukup besar antara variabel iklan terhadap keputusan pembelian dan hasil jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan maka konsumen membeli Hand And Body Lotion Citra karena konsumen tertarik dengan iklan yang ditayangkan dimedia massa (televisi). Disarankan perusahaan meningkatkan iklan dengan baik agar konsumen tertarik dengan iklan yang di tayangkan dimedia massa (televisi).
2. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil yang cukup besar antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian dan hasil jawaban responden

terhadap pernyataan yang diberikan maka konsumen memilih Hand And Body Lotion Citra karena mempunyai reputasi yang bagus. Citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Hand and Body Lotion Citra disarankan perusahaan memperthankan citra merek oleh karena itu produk yang belum baik harus terus ditingkatkan agar kesan masyarakat secara umum terhadap produk Hand and Body Lotion Citra menjadi semakin positif. Hand and Body Lotion Citra perlu lebih meningkatkan produknya.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain iklan dan citra merek yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini seperti kualitas produk yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.