

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *brand image* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee
2. *Online consumer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee
3. *Brand image* dan *online consumer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee

5.2 Saran

5.1.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Maybeline di Shopee maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan sebaiknya mengembangkan kampanye pemasaran kreatif dengan slogan-slogan yang menarik perhatian konsumen sehingga konsumen akan mudah mengingat merek dari Lipstik Maybeline yang akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pihak perusahaan sebaiknya merespon dengan cepat semua *review*, baik positif maupun negatif, dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan peduli dan bersedia melakukan perbaikan jika diperlukan dengan demikian keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

3. Pihak perusahaan sebaiknya memberikan informasi yang jelas mengenai keunggulan produk dari Lipstik Maybeline di Shopee sehingga membuat konsumen percaya untuk membeli Lipstik Maybeline di Shopee

5.1.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *brand image* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur variabel lain diluar penelitian, seperti Keanekaragaman Produk, Promosi, *Brand Awareness* dan *celebrity endorser*