

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. *Brand Ambassador* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian skincare Ms Glow di Bandar Lampung.
2. Atribut Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian skincare Ms Glow di Bandar Lampung.
3. *Brand Ambassador* dan Atribut Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian skincare Ms Glow di Bandar Lampung.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. *Brand Ambassador* Fuji perlu meningkatkan citra dirinya agar bisa lebih mendorong konsumen untuk memutuskan membeli skincare Ms Glow.
2. Label BPOM skincare Ms Glow yang sudah terdaftar perlu dipertahankan agar tetap mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, kemasan dan kemas dari skincare Ms Glow perlu di tingkatkan untuk dapat memberikan pengaruh yang lebih baik terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Secara keseluruhan konsumen di Bandar Lampung mencari informasi terlebih dahulu dalam membeli skincare Ms Glow, hal ini perlu di pertimbangkan untuk menjadi strategi promosi terkait informasi produk agar keputusan pembelian skincare Ms Glow dapat terus meningkat. Selain itu, skincare Ms Glow harus meningkatkan pengguna produk agar dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk.