

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara Iklan, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli konsumen pada produk kecantikan Wardah.
2. Terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara Iklan, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli konsumen pada produk kecantikan Wardah.
3. Iklan berpengaruh dominan terhadap Minat Beli konsumen pada produk kecantikan Wardah.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan Iklan, Kualitas Produk dan *Brand Image* tersebut agar dapat memberikan Kualitas Produk yang lebih baik disertai dengan kekuatan Iklan dan *Brand Image* yang lebih baik, sehingga bisa meningkatkan Minat Beli konsumen.

2. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan citra produk Wardah bagi para konsumen melalui berbagai aspek, agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Dengan kenyamanan konsumen akan produk yang digunakan, diharapkan dapat meningkatkan Minat Beli konsumen semakin meningkat.
3. Dari seluruh hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau pertimbangan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal serupa, yaitu pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli konsumen pada produk kecantikan Wardah.

