



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Simpulan

Simpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* terhadap *purchasing intention skincare* Laneige dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchasing intention skincare* Laneige.
2. *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchasing intention skincare* Laneige.
3. *Sales promotion* tidak berpengaruh terhadap *purchasing intention skincare* Laneige.
4. *Advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchasing intention skincare* Laneige.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

##### 1. Bagi Pihak Manajemen

- a. Ada baiknya *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* yang dilakukan lebih disesuaikan dengan tren pasar yang sedang terjadi. Lakukan pemasaran di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berbagai media, perbanyak skala tayang iklan dan membuat iklan yang menarik sehingga minat untuk melakukan pembelian jauh lebih besar peluangnya.

- b. Melakukan pendekatan terhadap konsumen dengan cara yang berbeda dan bangun kedekatan dengan konsumen secara emosional. Emosional yang positif akan membangun suatu niat yang akan berdampak positif juga.
- c. Gunakan tokoh penting sebagai *brand ambassador* untuk membangun *brand awareness* konsumen dan membangun citra positif konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
- d. Lakukan pendekatan dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu sehingga ketika menawarkan produk bisa ditawarkan dengan strategi yang tepat.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bagi Pihak Selanjutnya

- a. Bagi pihak selanjutnya agar memperluas lagi cangkupan pada penelitian selanjutnya dan dapat mengeksplorasi lebih dalam dan lebih lanjut bagaimana cara pemasaran yang baik.
- b. Agar dapat dikembangkan kembali dari segi variabel tidak hanya terfokus pada *advertising, personal selling, sales promotion* dan *purchase intention*.
- c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel moderator yaitu, *brand awareness* atau citra produk.
- d. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel mediasi berupa keputusan pembelian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.