



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Promosi berpengaruh positif terhadap kesediaan membeli ulang. Semakin tinggi daya tarik promosi, maka akan semakin tinggi juga tingkat kesediaan untuk membeli ulang, begitu juga sebaliknya.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kesediaan membeli ulang. Semakin tinggi kualitas produk, maka akan semakin tinggi juga tingkat kesediaan untuk membeli ulang, begitu juga sebaliknya.

#### B. Saran

1. Bagi Perusahaan
  - a) Dari hasil penelitian ini, terbukti bahwa daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap kesediaan membeli ulang, maka diharapkan Scarlett Whitening dapat terus melakukan peningkatan pada kegiatan promosinya untuk produk *body lotion* sehingga bisa menjaga eksistensi dalam persaingan pasar kecantikan.
  - b) Dari hasil penelitian ini, terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kesediaan membeli ulang, maka diharapkan Scarlett Whitening dapat terus meningkatkan kualitas produk *body lotion* mereka sehingga semakin banyak orang bersedia membeli kembali karena kualitas produk yang terjaga.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kesediaan membeli ulang, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 2. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.