

BAB V

PENUTUP

Penelitian dan diskusi telah menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Menurut penelitian ini, temuan berikut dapat ditarik:

1. Pelanggan MS Glow For Men di Kota Bekasi membuat keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk. Perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru sebagai hasil dari peningkatan kualitas produk, dan sebaliknya juga benar.
2. Pembelian MS Glow For Men di Bekasi dipengaruhi oleh variabel harga. Jika harga memiliki pengaruh yang menguntungkan, maka keputusan pembelian akan meningkat dan sebaliknya Dampak yang merugikan terhadap harga yang akan menurunkan keputusan pembelian.
3. Pelanggan *MS Glow For Men* di Bekasi dipengaruhi oleh faktor Brand Image saat mengambil keputusan pembelian. Keputusan Pembelian meningkat dengan adanya citra merek yang positif, dan sebaliknya. Pelanggan cenderung tidak membeli jika kualitas produk berdampak negatif pada dompet mereka.
4. Ketika datang ke variabel dependen, faktor independen dari kualitas produk, harga dan citra merek semuanya berpengaruh. Produk MS Glow For Males dibeli oleh 54,0% pria di Bekasi sedangkan 46,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Peneliti dapat membuat rekomendasi berikut berdasarkan temuan penelitian:

1. Para pencipta produk *MS Glow For Men* yang berada di Bekasi, Indonesia, harus terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produknya bagi para kliennya.

2. Penetapan harga produk harus sesuai dengan daya beli konsumen khususnya masyarakat menengah ke bawah.
3. Agar produk *MS Glow For Men* tetap kompetitif di pasar, citra merek perlu terus ditingkatkan agar persepsi publik tetap terjaga.
4. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap mengapa pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diterimanya, variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini perlu diteliti oleh peneliti lain.

