

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra merek, gaya hidup, *word of mouth*, dan iklan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli Lipstik Make Over Intense Matte dipengaruhi oleh citra merek produk, gaya hidup, *word of mouth*, dan iklan yang ditayangkan.
2. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen membeli Lipstik Make Over Intense Matte karena Lipstik Make Over Intense Matte merupakan *brand* kosmetik yang telah diterima dan dikenal.
3. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup konsumen ketika berbelanja akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
4. *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian karena kegiatan pelanggan lewat mulut ke mulut sangat efektif di kalangan masyarakat dan konsumen.

5. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam usaha memperkenalkan dan menarik calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diambil, maka saran-saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. PT. Paragon Technology and Innovation selaku perusahaan yang memproduksi Lipstik Make Over Intense Matte sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan citranya misalnya dengan cara meningkatkan kualitas produknya.
2. PT. Paragon Technology and Innovation selaku perusahaan yang memproduksi Lipstik Make Over Intense Matte sebaiknya menyesuaikan produknya dengan trend gaya hidup masyarakat sehingga lebih diminati.
3. PT. Paragon Technology and Innovation selaku perusahaan yang memproduksi Lipstik Make Over Intense Matte sebaiknya meningkatkan pemanfaatan word of mouth dengan cara menciptakan sensasi yang viral agar menjadi pembicaraan yang baik di masyarakat.
4. PT. Paragon Technology and Innovation selaku perusahaan yang memproduksi Lipstik Make Over Intense Matte sebaiknya meningkatkan promosinya melalui iklan dengan cara menjajaki periklanan di media-media sosial.

5. Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar hasil penelitian dapat lebih lengkap.

