

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil jawaban hasil analisis data dari uji t dapat di rumuskan kesimpulannya sebagai berikut :

1. Hasil Penelitian Uji t

a. Hasil uji t variabel inovasi produk X1

Secara parsial penelitian inovasi produk menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dengan hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

b. Hasil uji t variabel *word of mouth* X2

Secara parsial penelitian *word of mouth* menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil nilai signifikan $0,010 < 0,05$.

c. Hasil uji t variabel *brand awareness* X3

Secara parsial penelitian *brand awareness* menunjukkan bahwa *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dengan hasil nilai signifikan $0,248 > 0,05$.

B. SARAN

1. Bagi *Perfect Soul*

Perfect soul harus lebih meningkatkan produk masker organiknya mulai dari bahan, warna, kemasan agar bisa meningkatkan penjualan dan menambah jumlah pelanggan yang akan membeli produk *perfect soul*. Untuk penjualan produk masker organik nya jangan hanya didaerah wilayah Bogor saja tetapi wilayah lain juga perlu dijual karena anak remaja atau kaum wanita tidak hanya diwilayah bogor saja dan karena jika mejual produk masker organik tersebut di wilayah lain bisa meningkatkan penjualan dan juga bisa menambah calon konsumen baru *perfect soul*.

2. Bagi Penulis

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan menambah jumlah responden serta menambah jumlah variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, selain inovasi produk, *word of mouth* dan *brand awareness*.