

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai kualitas produk, citra merek dan persepsi iklan televisi terhadap keputusan pembelian Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

1. Kualitas produk berpengaruh parsial dan positif terhadap keputusan pembelian Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Citra merek berpengaruh parsial dan positif terhadap keputusan pembelian Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Persepsi iklan televisi berpengaruh parsial dan positif terhadap keputusan pembelian Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Kualitas produk, citra merek, dan persepsi iklan televisi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Nilai Determinasi  $R^2$  sebesar 0,756, artinya adalah bahwa kontribusi kualitas produk, citra merek dan persepsi iklan televisi terhadap keputusan pembelian

Garnier Men *Facial Foam* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah 75,6%. sementara sisanya 24,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## 6.2 Saran

1. Sebaiknya produsen Garnier Men terus mengembangkan produk dengan baik dengan menawarkan produk garnier yang lebih berkualitas didalam memenuhi kebutuhan konsumen di pasaran.
2. Untuk menjaga konsumen agar selalu membeli produk Garnier Men, pihak produsen harus selalu menjaga citra dari merek Garnier Men itu sendiri untuk menghindari tren negatif yang dapat menurunkan niat konsumen didalam melakukan pembelian.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen, sebaiknya produsen Garnier Men lebih baik lagi didalam menyampaikan informasi mengenai keunggulan produk melalui iklan sehingga tingkat penjualan menjadi meningkat.
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian dengan menambahkan variabel lainnya dengan menggunakan analisa yang lebih baik lagi

### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.