

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh *promotion mix* terhadap *purchase intention* dengan *brand awareness* produk NMW *skin care*, maka penulisan dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel *promotion mix* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel *brand awareness*.
- b. Dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel *promotion mix* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *purchase intention*.
- c. Dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel *brand awareness* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *purchase intention*.

Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel *promotion mix* berpengaruh langsung dan lebih kuat dibandingkan dengan pengaruh langsung terhadap *purchase intention*.

V.2 Saran

Saran yang diberikan untuk menjadi masukan bagi Klinik Kecantikan NMW *skin care*.

- a. Kegiatan promosi lebih ditingkatkan agar dapat menjangkau konsumen atau pasar lebih banyak terhadap produk NMW *skin care*.
- b. Agar *brand awareness* terhadap produk NMW *skin care* tetap terjaga maka produk NMW *skin care* harus mempunyai tampilan lebih menarik supaya konsumen tertarik dan setia terhadap produknya.