

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari penjabaran yang sudah peneliti tulis di atas, berikut kesimpulan dalam skripsi ini, antara lain:

1. Personal branding Tasya Farasya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mother of Pearl karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05.
2. Brand image Mother of Pearl berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mother of Pearl karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05.
3. Personal branding dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mother of Pearl karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

#### 5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Saran dari peneliti untuk perusahaan yakni untuk terus menjaga perilaku dari Tasya Farasya agar tidak berpengaruh kepada penjualan dari Mother of Pearl, akrena produk ini baik buruknya penjualannya terpengaruh dari kehidupan Tasya Farasya.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi yakni sebesar 66,4%, untuk mencari variabel lain atau menambah variabel lain di luar penelitian ini agar datanya semakin valid.

