

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji F yaitu 20,539 dapat disimpulkan bahwa secara simultan Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menunjukkan bahwa Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya.
2. Berdasarkan hasil uji t yaitu 2,207 dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel Celebrity Endorser berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Hal ini bisa disebabkan karena Celebrity Endorser mempunyai pengaruh positif bagi masyarakat dan dapat dipercaya dalam menyampaikan Informasi mengenai produk Scarlett sehingga membuat konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya memutuskan untuk membeli produk Scarlett Whitening.
3. Berdasarkan hasil uji t yaitu 2,583 dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

pada Produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Hal ini bisa disebabkan karena Scarlett Whitening merupakan Brand yang populer dan mempunyai Citra Merek yang positif di masyarakat, sehingga konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya merasa senang ketika menggunakan produk dari Scarlett Whitening.

- b. Berdasarkan hasil uji t yaitu 2,185 dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Hal ini bisa disebabkan karena Scarlett Whitening melakukan Promosi Penjualan dengan baik di berbagai platform yang menarik masyarakat sehingga konsumen Scarlett Whitening mendapatkan kepuasan tersendiri dari Promosi Penjualan yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan beberapa saran yang bisa dipertimbangkan sebagai bahan untuk keputusan pembelian :

1. Scarlett Whitening diharapkan agar lebih memperhatikan saat memilih celebrity endorser untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Scarlett Whitening. Misalnya selebriti yang akan digunakan bisa lebih persuasif dalam mempengaruhi konsumen saat melakukan promosi penjualan pada Produk Scarlett Whitening, Sehingga nantinya akan membentuk citra yang lebih baik dan selalu berinovasi dalam menciptakan

varian baru serta tetap menjaga kualitas produk Scarlett Whitening dengan baik untuk mempertahankan citra merek, karena hal tersebut mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian dan menggunakan produk Scarlett Whitening.

2. Mengingat variabel bebas (Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan) dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang ada. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain dalam melakukan sebuah penelitian yang menggunakan objek Scarlett Whitening.