

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening.
2. *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening.
3. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening.
4. *Digital Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening.
5. *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening.
6. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening.
7. *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening.

#### 5.2 Saran

PT. Opto Lumbung Sejahtera selaku perusahaan yang menaungi produk dari Scarlett Whitening diharapkan mampu mempertahankan cara pemasaran dan

kualitas produknya. Serta diharapkan mampu mengembangkan *Digital Marketing* atau pemasaran melalui digital dan semakin berinovasi untuk membuat produk yang memiliki banyak manfaat kembali agar senantiasa tidak kalah saing dengan produk kompetitor atau pesaing.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti faktor-faktor dan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan *Brand Awareness* yang memediasi penelitiannya yang tidak terdapat pada penelitian ini guna terciptanya penelitian baru atau pembaharuan dalam penelitian kedepannya.