

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Sebagai kesimpulan dari penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti tentang Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Produk terhadap Brand Awareness Produk Scarlett Whitening di Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* dan Iklan produk secara simultan memberikan pengaruh sebesar 19.866 terhadap *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening di Surabaya sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* dan Iklan produk secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness* pada produk Scarlett Whitening di Surabaya.
2. Hasil uji t diperoleh pengaruh variabel *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness* sebesar 4.546, sehingga menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening di Surabaya.

3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh pengaruh variabel Iklan Produk terhadap Brand Awareness sebesar 4.431, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Iklan Produk secara parsial mempengaruhi *Brand Awareness* produk Scarlett Whitening di Surabaya secara signifikan dan positif.

Kesimpulan yang diambil yaitu bahwa semakin tinggi Celebrity Endorser dan Iklan Produk maka akan meningkatkan Brand Awareness produk Scarlett Whitening di Surabaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, maka dapat diusulkan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Di era saat ini banyak perusahaan kosmetik yang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, menciptakan semakin banyak pesaing. Oleh karena itu Scarlett Whitening harus lebih inovatif dan melakukan pemetaan terkait penggunaan jasa Celebrity Endorser untuk segmentasi pasar yang tepat sasaran dan membuat produknya mudah dikenali oleh calon pelanggan.

Selain Celebrity Endorser, perusahaan Scarlett Whitening harus membuat inovasibaru dalam iklan

produknya untuk menarik perhatian calon pembeli. Namun juga harus mempertahankan ciri unik produknya dan tetap diingat oleh pembeli. Iklannya juga harus menawarkan inovasi seperti informasi tentang efek samping penggunaan dan lebih detail penjelasan komposisi produk pada tampilannya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang variabel lain yang berhubungan seperti packaging, dan citra merk.

Untuk menghindari terlalu terfokus pada kalangan remaja hingga dewasa, peneliti juga dapat mengganti subjek dengan orang lain dari kota dan populasi yang berbeda.