



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis tentang Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Scarlett Whitening di Jakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kredibilitas *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Scarlett Whitening di Jakarta.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Scarlett Whitening di Jakarta.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis sebagai berikut:

1. Kredibilitas *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram yang dipilih oleh Scarlett Whitening sudah baik, dengan demikian Scarlett Whitening tetap dapat mempertahankan hal tersebut berdasarkan kecocokan karakteristik para *Celebrity Endorser* yang diterapkan selama ini.
2. Kualitas Produk yang diberikan oleh Scarlett Whitening sudah baik, dan sepatutnya tetap dipertahankan agar konsumen tetap merasa puas dan terus melakukan pembelian ulang. Namun begitu, Scarlett Whitening tetap perlu meningkatkan kontinuitas Kualitas Produknya mengingat semakin banyak pesaing yang juga berusaha merebut hati konsumen. Diantara lain sebagai penunjang, tampilan produk dapat pula ditingkatkan dalam hal kemasannya yang lebih unik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Penulis menyarankan agar peneliti berikutnya dapat lebih baik lagi. Peneliti berikutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel lain, menggunakan media sosial lainnya, menambah cakupan wilayah, ataupun menambah jumlah responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.