

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh promosi di media sosial Instagram dan citra merk terhadap keputusan pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi di media sosial Instagram tidak terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening.
2. Citra merk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening.
3. Rata-rata konsumen berada pada kisaran sangat setuju bahwa promosi di media sosial Instagram yang dimiliki oleh Scarlett Whitening adalah baik.
4. Rata-rata konsumen berada pada kisaran sangat setuju bahwa citra merk yang dimiliki oleh Scarlett Whitening adalah baik.
5. Rata-rata konsumen berada pada kisaran setuju bahwa keputusan pembelian yang dimiliki oleh Scarlett Whitening adalah baik.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang

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.



disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. © Untuk Scarlett Whitening

Perwakilan 100 responden yang mengisi kuesioner sudah memberikan penilaian yang sangat baik untuk Scarlett Whitening, maka perlu dipertahankan untuk citra merk Scarlett Whitening sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Perlu juga adanya inovasi dalam meningkatkan citra merk Scarlett Whitening sehingga tidak kalah saing dengan *produk perawatan kecantikan* lain. Selanjutnya, konsumen tidak memperlakukan promosi di media sosial yang ada di Instagram karena menarik dan memberikan informasi manfaat produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening yang didapatkan oleh konsumen. Walaupun konsumen tidak memperlakukan promosi di media sosial Instagram, sebaiknya bila Scarlett Whitening ingin mempromosikan di media sosial Instagram dapat lebih inovatif dan menarik konsumen untuk membeli.

2. Untuk Penelitian Berikutnya

Dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan penambahan variabel baru seperti gaya hidup , lokasi, dan variabel lainnya. Hal ini tentu berpengaruh terhadap hasil yang akan didapatkan nantinya. Keterbatasan lainnya berupa lokasi yang diambil, peneliti menyarankan mengambil tempat diluar dari Jakarta Barat bisa memperbarui penelitian ini dengan melihat respon dari pelanggan.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.