

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berasal dari data analisis serta hipotesis yang dijelaskan terkait dengan “Kekuatan Duta Merek Twice Dalam Mempengaruhi Citra Merek dan Niat Beli Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening”, maka kesimpulan yang didapat yaitu :

1. Terbukti kekuatan duta merek Twice berpengaruh positif terhadap citra merek pada produk kecantikan Scarlett Whitening. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar pengaruh duta merek terhadap produk Scarlett Whitening, maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap citra merek pada produk kecantikan Scarlett Whitening.
2. Terbukti kekuatan duta merek Twice berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar pengaruh duta merek Twice, maka semakin tinggi niat beli konsumen untuk membeli produk Scarlett Whitening.
3. Terbukti citra merek produk Scarlett Whitening berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik citra merek pada produk Scarlett Whitening, maka akan semakin tinggi niat beli konsumen untuk membeli dan menggunakan produk Scarlett Whitening.
4. Terbukti adanya pengaruh tidak langsung kekuatan duta merek terhadap niat beli konsumen melalui citra merek pada produk Scarlett Whitening. Dengan demikian, semakin baik duta merek maka akan semakin baik citra merek produk tersebut sehingga dapat mempengaruhi niat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening.





B. Saran

C Berdasarkan seluruh materi yang telah dibahas, saran yang dapat penulis berikan adalah :

1. Bagi Scarlett Whitening

Scarlett Whitening diharapkan mampu mempertahankan serta meningkatkan citra merek pada produknya dengan cara mempertimbangkan untuk menambah varian untuk tipe kulit di produk-produknya dengan cara mempelajari dahulu tentang kriteria-kriteria kulit. Hal ini dilakukan sehingga dapat mempertahankan citra merek yang sudah dimiliki oleh produk Scarlett Whitening agar citra yang dimiliki tidak turun sehingga dapat terus bertahan di tangan persaingan pasar produk kecantikan dan perawatan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen seperti iklan, brand awareness, dan lain-lain. Hal ini bertujuan agar penelitian selanjutnya lebih berkembang.

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.