



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *brand ambassador* Song Joong Ki dan citra merk terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand ambassador* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Artinya, semakin menarik *brand ambassador* yang digunakan oleh suatu perusahaan, maka akan lebih menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk.
2. Citra merk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Artinya, konsumen di daerah Jakarta sudah tidak begitu mempertimbangkan citra merk dalam melakukan keputusan pembelian produk karena *Scarlett Whitening* sudah memiliki citra merk yang baik.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
  - a. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *brand ambassador* terbukti berpengaruh positif.. Maka dari itu sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan dalam memilih *brand ambassador* sebagai salah satu bentuk media promosi untuk

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



menarik konsumen melakukan keputusan pembelian. *Brand ambassador* yang kurang menarik dapat mengakibatkan penurunan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pertimbangan yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam memilih *brand ambassador* antara lain memiliki sikap yang baik di mata publik, disukai oleh banyak orang dari berbagai kalangan umur, dan memiliki *engagement rate* yang baik di *social media*.

a. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa citra merk terbukti tidak berpengaruh positif. Maka dari itu, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan citra merk yang lebih baik lagi, sehingga citra merk dapat menjadi salah satu keputusan dalam melakukan pembelian produk *Scarlett Whitening*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang sekiranya mampu untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga penelitian yang selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat serta dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.

**C Hak cipta milik IBI KKG (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.