



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

©

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh persepsi harga dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian *skincare* Scarlett Whitening di Jakarta maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. persepsi harga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Scarlett Whitening di Jakarta. Dapat diartikan bahwa apabila persepsi harga yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening semakin baik dan sesuai, maka semakin besar pula konsumen yang akan memutuskan untuk membeli produk Scarlett Whitening.

2. *Brand ambassador* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Scarlett Whitening di Jakarta. Ini berarti bahwa pemilihan *brand ambassador* yang tepat dan efektif dapat meningkatkan keputusan pembelian produk tersebut. Dengan demikian, semakin sesuai dan tepat penggunaan *brand ambassador*, semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian *skincare* Scarlett Whitening di Jakarta."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A.

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.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, adapun saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut :

a. Bagi *skincare* Scarlett Whitening

- i. Scarlett Whitening perlu meningkatkan kualitas produk, mengingat indikator “Kesesuaian harga dengan kualitas dari produk” mendapatkan skor paling rendah. Harapannya kualitas akan semakin baik dan pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas pembelian *skincare* Scarlett Whitening. Cara untuk meningkatkan kualitas produk :
 1. Pengujian Produk: Melakukan pengujian produk secara rutin untuk memastikan kualitas dan keamanannya
 2. Pengendalian Kualitas: Menerapkan sistem pengendalian kualitas yang ketat dalam setiap tahap produksi untuk memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.
- ii. Scarlett Whitening dinilai masih perlu memperkuat kredibilitas Brand Ambassador mereka, mengingat indikator “kredibilitas” mendapatkan skor paling rendah. Meskipun ada beberapa responden yang tidak sesuai namun secara total Song JoongKi mampu menarik konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian mereka terhadap *skincare* Scarlett Whitening. Cara untuk meningkatkan kredibilitas *brand ambassador* :
 1. pemilihan *Brand Ambassador*: Scarlett Whitening dapat melakukan pemilihan *brand ambassador* terhadap artis dari Indonesia karena lebih dikenal oleh banyak masyarakat di Indonesia

©

Hak cipta milik IBIKKG (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,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa dalam melaksanakan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk keterbatasan waktu, wilayah, dan jumlah responden yang terbatas. Oleh karena itu, peneliti berharap agar peneliti selanjutnya memiliki lebih banyak waktu dan dapat melibatkan responden yang lebih luas dalam penelitiannya. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, peneliti selanjutnya dapat menghasilkan temuan yang berbeda dan membandingkannya dengan penelitian ini.

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.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie