

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan daari hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening.
2. *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening.
5. Brand Ambassador (X1), Brand Image (X2), Harga (X3), Promosi (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Produk Scarlett Whitening.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait. Berikut merupakan saran peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan akan semakin memperkuat *brand ambassador* dalam bekerjasama dengan *Scarlett Whitening*, sehingga lebih dapat menarik minat beli konsumen. Dan semakin memperkuat *brand image* yang dimiliki *Scarlett Whitening* serta harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen serta melakukan promosi yang baik di media sosial, televisi maupun lainnya. Dengan adanya promosi yang menarik, tentu akan membuat konsumen melakukan pembelian secara terus menerus pada produk *Scarlett Whitening*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan supaya lebih meningkatkan dan mengembangkan penelitian ini. Maka disarankan mengidentifikasi serta meneliti faktor-faktor yang lain untuk mempengaruhi minat beli produk *Scarlett Whitening*.

