

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan rumusan-rumusan masalah yang didukung oleh latar belakang masalah. Penelitian dilakukan dengan tahapan mengidentifikasi latar belakang dan fenomena yang terjadi, merumuskan masalah, mengumpulkan teori pendukung, menentukan metode penelitian yang digunakan, menyusun kuesioner, mencari responden, mengolah data, dan menginterpretasikan data tersebut ke dalam pembahasan. Seluruh tahapan tersebut telah dilakukan sehingga akhirnya memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *brand ambassador* (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Hipotesis satu (H₁) tidak terbukti.
2. Variabel *brand image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Hipotesis dua (H₂) terbukti.
3. Variabel *country of origin* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Hipotesis tiga (H₃) terbukti.
4. Variabel *brand ambassador* (X1), *brand image* (X2), dan *country of origin* (X3) memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett sebesar 48,3%. Sebanyak 51,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang berada di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan simpulan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat direkomendasikan untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Bagi perusahaan
 - a. Walaupun EXO sebagai *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett, Scarlett dapat tetap menggunakan *brand ambassador* lain untuk mempromosikan Scarlett agar dapat menarik minat masyarakat. Selain itu, nilai *brand ambassador* yang selaras dengan *brand image* Scarlett sebagai produk yang memutihkan dan mencerahkan kulit dapat memperkuat *brand image* tersebut di dalam benak konsumen.
 - b. Scarlett perlu untuk terus konsisten dalam membangun *brand image* yang memosisikan diri sebagai produk yang memutihkan dan mencerahkan kulit. Scarlett perlu untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru sesuai *brand image* memutihkan dan mencerahkan yang telah lama melekat dalam benak masyarakat sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan konsumen.
 - c. Scarlett perlu untuk terus menonjolkan *country of origin* Scarlett yaitu Indonesia melalui promosi yang dilakukan agar konsumen mengetahui dan tertarik untuk membeli serta mendukung produk buatan Indonesia.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Kriteria responden dalam penelitian ini terlalu luas sedangkan jumlah sampel yang diambil terlalu sedikit. Maka dari itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menetapkan kriteria yang lebih spesifik misalnya responden merupakan pelajar/mahasiswa yang berdomisili di satu daerah saja agar penelitian selanjutnya lebih fokus dan akurat.
 - b. Oleh karena masih terdapat pengaruh sebesar 51,7% dari variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini, maka agar dapat memperkaya hasil penelitian tentang produk Scarlett, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan lebih banyak variabel-variabel independen lain seperti *celebrity worship* dan konformitas teman sebaya.