

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan perumusan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh *Brand Ambassador* (Song Joong Ki) dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Gen Z di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi)” dan setelah mengumpulkan dan mengevaluasi data kuesioner dari 150 orang responden, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pada variabel *brand ambassador* secara signifikan dan positif terhadap minat beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. Ini bermakna bahwa *brand ambassador* pada suatu produk mampu menimbulkan minat beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening, serta semakin populer seorang *brand ambassador* maka akan semakin tinggi minat beli konsumen untuk membeli produk kecantikan Scarlett Whitening.
2. Terdapat pengaruh pada variabel *celebrity endorser* secara signifikan dan positif terhadap minat beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. Ini bermakna bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *celebrity endorser* maka semakin tinggi minat beli konsumen untuk membeli produk kecantikan Scarlett Whitening.
3. Terdapat pengaruh pada variabel *Brand ambassador* dan *celebrity endorser* secara simultan terhadap minat beli pada produk kecantikan Scarlett

Whitening di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. Hal ini menyatakan bahwa penggunaan *brand ambassador* dan intensitas penggunaan *celebrity endorser* menjadi pertimbangan responden dalam menarik minat beli konsumen pada produk kecantikan Scarlett Whitening.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan apa yang peneliti lihat secara langsung semasa berjalannya penelitian ini, penelitian ini memiliki keterbatasan dan disarankan untuk penelitian berikutnya dapat di perhatikan. Berikut ini keterbatasan pada penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pada gen Z di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi yang pernah membeli minimal 1 kali produk Scarlett Whitening dan mengetahui Song Joong Ki sebagai *brand ambasadornya*.
2. Tentu saja dengan 150 orang responden belum cukup untuk memberikan gambaran situasi yang akurat.
3. Peneliti hanya menganalisis pengaruh *brand ambassador* (Song Joong Ki), *celebrity endorser* dan minat beli.

5.3 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan deskripsi rata-rata terendah variabel indikator *brand ambassador*, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen Scarlett Whitening adalah dalam memilih *brand ambassador* yang ditujukan untuk mewakili suatu produk sebaiknya memperhatikan keahlian dan kharisma yang dimiliki

oleh selebriti tersebut terlebih dahulu, hal ini penting mengingat produk yang diwakilkan merupakan produk kecantikan.

- 2) Berdasarkan deskripsi rata-rata terendah variabel indikator *celebrity endorser*, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen Scarlett Whitening adalah selebriti yang akan dipilih sebagai *celebrity endorser* harus dapat menyampaikan pesan dengan efektif dan efisien agar pesan dapat diterima oleh target pasar yang telah ditetapkan.
- 3) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempelajari lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan *brand ambassador*, *celebrity endorser* dan minat beli agar hasil penelitiannya dapat lebih baik lagi.

