

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berlandaskan atas penelitian yang dihasilkan beserta pembahasan dalam banyak bab sebelumnya, dengan itu pada penelitian ini bisa ditarik kesimpulan yang berupa:

1. Adanya *Celebrity endorser* tidaklah membawa pengaruh yang signifikan pada aspek keputusan pembelian dari *body lotion Scarlett Whitening* kepada para mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. *Kualitas Produk* membawa suatu pengaruh yang signifikan pada aspek keputusan pembelian dari *body lotion Scarlett Whitening* terhadap para mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. *Word Of Mouth* membawa suatu pengaruh yang signifikan pada aspek keputusan pembelian dari *body lotion Scarlett Whitening* terhadap para mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5.2 Saran

Berlandaskan oleh kesimpulan penelitian, dengan itu penulis pada penelitiannya memberikan beberapa saran yang berupa:

1. Saran untuk Perusahaan Scarlett Whitening

Perusahaan Scarlett Whitening memilih *celebrity endorser* yang dapat menyampaikan pesan yang positif dalam mengiklankan produk Scarlett Whitening, memiliki keahlian dalam mempromosikan produk, memiliki

daya tarik fisik serta citra yang positif dimata konsumen dapat dijadikan role model, menjadikan motivasi bagi remaja seperti Agnes Monica, Mahalini, Tiara Andini, Prilly Latuconsina, Jefri Nichol, Angga Yunanda, Iqbal Ramadhan karena artis tersebut mempunyai prestasi nasional maupun internasional, dan dapat memilih *celebrity endorser* yang diinginkan oleh konsumen.

Scarlett Whitening diharapkan dapat memberikan bentuk kemasan yang mudah untuk dibawa oleh konsumen, memberikan fungsi pemakaian produk yang dapat menghaluskan kulit, memberikan kandungan untuk merawat kulit yang diinginkan oleh konsumen, memberikan ketahanan aroma wangi saat digunakan, memberikan kualitas yang tidak mudah lengket saat digunakan, memberikan gaya tampilan pada kemasan dengan nuansa yang mudah diketahui oleh konsumen, dan dapat menambah varian produk dengan kandungan yang berbeda dengan berdasarkan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Scarlett Whitening diharapkan dapat terus mengelola dan menciptakan lebih *word of mouth*, dalam hal menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan cara perusahaan membentuk suatu komunitas yang mengajak konsumen untuk berpartisipasi menceritakan hal-hal positif, dapat mengawasi serta memantau respon konsumen negatif atau positif, dan menerima saran konsumen agar perusahaan dapat memberikan hasil yang baik dan berkembang dimata konsumen.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bahwa peneliti akan terus mengembangkan dan memperbaiki penelitian ini dengan memasukkan variabel tambahan seperti kualitas layanan, citra merek, harga, dan pemasaran digital. Variabel-variabel ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan memajukan penelitian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti hanya berfokus pada satu produk saja, yaitu *body lotion* dari *brand* Scarlett Whitening. Dengan begitu, peneliti tidak melaksanakan penelitian pada produk-produk yang lainnya yang dimiliki oleh perusahaan Scarlett Whitening.