

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *brand ambassador* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening di Bandar Lampung, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening di Bandar Lampung.
2. *Online Customer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening di Bandar Lampung.
3. *Brand Ambassador* dan *Online Customer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening di Bandar Lampung.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik terhadap Scarlett whitening, sasaran tersebut adalah :

1. Scarlett harus memperhatikan strategi selain brand ambassador, dan online customer review untuk menarik konsumen melakukan pembelian dalam waktu dekat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan variabel lain di luar penelitian ini yang juga dapat berpengaruh seperti harga dan keputusan pembelian.
2. Dalam penggunaan brand ambassador, Scarlett sebaiknya tetap memperhatikan faktor lain agar non-fans/responden yang belum mengenal sosok brand ambassador tertarik untuk melakukan pembelian.

3. Scarlett sebaiknya lebih aktif dalam melakukan interaksi dengan pengikutnya di sosial media, baik dengan QnA, giveaway produk maupun pemberian diskon pada hari/bulan tertentu agar minat beli konsumen meningkat