

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari penjabaran penelitian tentang Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening, dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Duta merek dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening, dengan nilai F_{Hitung} 55.781 dan $F_{Tabel} = 3,09$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$.
2. Duta merek dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel duta merek mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ (signifikan) dan untuk nilai t_{hitung} senilai $7.387 > T_{tabel}$ senilai 1,984. Sedangkan variabel kepercayaan mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ (signifikan) an untuk nilai T_{Hitung} senilai 9.824 $> T_{Tabel}$ senilai 1,984, artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran - Saran

1. Untuk menarik dan mempertahankan konsumen pihak produsen Scarlett Whitening harus lebih selektif dalam memilih selebriti yang akan menjadi duta merek, melakukan berbagai macam strategi salah satunya sering mengiklankan produk atau jasanya.
2. Pihak perusahaan dihimbau dapat lebih mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumennya dengan memberikan produk kosmetik yang sesuai mutu dan memiliki berbagai macam variasi

produk sehingga konsumen akan tetap melakukan pembelian produk
Scarlett Whitening.

