

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily* yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Keahlian *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Perhatian Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Ketertarikan Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Keinginan Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Tindakan Produk Scarlett *Whitening* Di Kalangan Anggota Forum Diskusi Komunitas *Female Daily*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti akan memberikan beberapa saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi perusahaan ataupun bagi peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran dari peneliti yaitu:

1. Bagi Perusahaan Terkait

Scarlett *Whitening* diharapkan dapat mempertahankan dan mempertimbangkan segala aspek dari kredibilitas seorang *Brand Ambassador* selain iklan menjadi lebih mudah diingat, pesan iklan juga dapat tersampaikan dengan baik dan lebih informatif. Sebaiknya Scarlett *Whitening* juga sebagai *brand* lokal dapat menjadi *brand* kecantikan yang lebih mewakili kulit-kulit orang Indonesia dan tidak terpatok pada standar kecantikan yang selalu mengarah kepada Negara Korea.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya dan menggunakan objek penelitian lain

agar dapat mengembangkan penelitian ini menjadi lebih bervariasi dan mengevaluasi lebih luas mengenai penggunaan *Brand Ambassador*.