

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, *price perception*, dan *brand image* terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. Dari usulan rumusan masalah, analisis data yang dilakukan, dan pembahasan yang disampaikan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan berikut ini :

1. Variabel *celebrity endorser* ialah variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh bagi seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk. Seorang selebriti diharapkan mampu memberikan ulasan serta dapat menggambarkan produk yang diiklankan mengenai kualitas dan keunggulan dari produk tersebut. Perusahaan dapat memilih selebriti yang dikenal oleh masyarakat serta memiliki kredibilitas dan dapat menarik konsumen.
2. Variabel *price perception* ialah variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa hasil tidak signifikan karena dapat dilihat lebih banyak responden dari kalangan mahasiswa, sehingga mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan menilai bahwa harga produk Scarlett Whitening tidak sesuai dengan kantong mahasiswa. Dan memungkinkan para mahasiswa merasa harga produk Scarlett Whitening mahal bagi mereka.
3. Variabel *brand image* ialah variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. Hal tersebut menunjukkan bahwa citra merek mempengaruhi seseorang dalam pembelian suatu produk. Merek termasuk salah satu identitas sebuah perusahaan, sehingga perusahaan perlu membangun citra merek positif bagi konsumen. Citra merek yang positif akan membantu konsumen untuk dapat mengingat suatu produk. Untuk dapat menjaga citra merek positif, perusahaan dapat melakukan inovasi dengan meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta meningkatkan manfaat pada produk.

## B. Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini telah dilakukan dengan semaksimal mungkin, namun penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan yang ada, keterbatasan dalam penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Ruang lingkup pada penelitian ini hanya terbatas pada konsumen produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus, sehingga untuk mendapatkan hasil kesimpulan yang general diperlukan penelitian yang lebih luas dengan memperluas objek penelitian.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya *celebrity endorser*, *price perception*, dan *brand image*. Sedangkan masih ada variabel lain yang bisa mempengaruhi perilaku pembelian.
3. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 100 responden, sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini masih terbatas.

## C. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memaparkan beberapa saran bagi pihak yang terkait :

### 1. Bagi Perusahaan

Sebaiknya perusahaan dapat menjaga kualitas produk dan mampu berinovasi untuk menjaga citra merek, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan menarik konsumen baru lebih banyak lagi serta mampu bersaing dengan produk lainnya yang ada dipasaran. Perusahaan juga perlu memperhatikan *celebrity endorser*, dengan cara mampu memilih calon selebriti yang memiliki kredibilitas baik untuk mengiklankan produk dan selebriti itu sebagai perwakilan produk.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel atau menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian, menambahkan referensi sesuai tema terkait, memperluas cakupan ruang lingkup yang berbeda, serta menambahkan jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal.

## D. Penutup

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah dan rahmat kepada penulis sehingga pengerjaan skripsi dengan judul **“Pengaruh Celebrity Endorser, Price Perception, dan Brand Image terhadap Perilaku Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kecamatan**

**Kaliwungu Kabupaten Kudus”** dapat diselesaikan dengan baik. Harapannya supaya penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca secara umum dan penulis secara pribadi. Penelitian ini tidak luput dari kekurangan sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan membantu menyempurnakan penelitian skripsi ini. Selain itu, penulis memohon maaf atas kesalahan serta kekurangan dari penulisan penelitian skripsi ini. Akhir kata, kesempurnaan hanya milik Allah SWT serta kekurangan adalah milik hamba-Nya.

