

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Kebumen, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di Kota Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* yang baik mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di Kota Kebumen. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Scarlett whitening untuk meningkatkan keputusan pembelian di Kota Kebumen.

1. Meningkatkan *brand image*

Meningkatkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif, seperti kolaborasi dengan *influencer* lokal maupun luar negeri. Memperkuat komunikasi mengenai manfaat dan keamanan produk melalui berbagai media, termasuk *digital marketing*, serta meningkatkan edukasi berupa panduan pemakaian pada produk scarlett whitening, karena minimanya orang yang memahami akan panduan tersebut.

2. Skripsi ini mungkin masih terdapat banyak kekurangan didalamnya.

Seperti memperluas penelitian seperti wilayah, sampel dan variabel. Akan tetapi, peneliti mengharapkan agar skripsi ini mampu menjadi manfaat bagi siapapun dan juga peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian – penelitian yang terkait selanjutnya.