

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *brand image*, *celebrity endorser*, dan media sosial terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada konsumen di Gombong Kabupaten Kebumen, dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hipotesis pertama menyatakan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diterima. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,430 > 1,985$) dan signifikansi ($0,00 < 0,05$).
2. Hipotesis kedua yang menyatakan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diterima. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($5,555 > 1,985$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$).
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diterima. Hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,080 > 1,985$) dan signifikansi ($0,040 < 0,05$)

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka implikasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pada variabel *brand image*, Perusahaan Scarlett Whitening diharapkan agar terus menjaga dan mempertahankan citra merek perusahaan dengan menambah kualitas produk yang baik dan cocok untuk diaplikasikan ke semua jenis kulit yang membutuhkan berdasarkan *skin type*, dan membuat produk selalu dinanti. Dengan begitu citra merek yang kuat dan positif dapat menarik perhatian para konsumen dan membuat mereka ingin tahu dan terus menggunakan produk tersebut.
2. Pada variabel *celebrity endorser*, Perusahaan Scarlett Whitening harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kembali mengenai *celebrity endorser* yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lebih bisa

dipercaya akan kebutuhan konsumen, agar mampu mempengaruhi minat beli konsumen dari setiap produk yang *diendorse*.

3. Pada variabel media sosial, untuk lebih kreatif dan menciptakan strategi-strategi promosi terbaru melalui media sosial serta perusahaan Scarlett Whitening harus tetap mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumenn melalui kualitas pelayanan yang baik dan siap menerima kritik dari para konsumen.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya dan menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli