

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Harga Produk, dan *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus)”. Dari hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil pengujian bahwa *Brand Image* (X1) tidak signifikan mempengaruhi Minat Beli (Y). Dengan hasil uji t, nilai t_{hitung} sebesar 0,581, dan nilai t_{tabel} sebesar 1,664. Hal tersebut terbukti dari t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,581 < 1,664$. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,563 sedangkan nilai tingkat signifikannya 0,05 ($0,563 > 0,05$) nilai hasil signifikansi $> 0,05$.
2. Hasil pengujian bahwa Harga Produk (X2) secara signifikan mempengaruhi Minat Beli (Y). Dengan hasil uji t, nilai t_{hitung} sebesar 5,486, dan nilai t_{tabel} sebesar 1,664. Hal tersebut terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,486 > 1,664$. Nilai tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan nilai kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) nilai hasil signifikan kurang dari tingkat signifikannya 0,05.
3. Hasil pengujian bahwa *Celebrity Endorsment* (X3) secara signifikan mempengaruhi Minat Beli (Y). Dengan hasil uji t, nilai t_{hitung} sebesar 5,853, dan nilai t_{tabel} sebesar 1,664. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,853 > 1,664$. Nilai taraf signifikansi 0,000 menunjukkan nilai kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) nilai hasil signifikan kurang dari tingkat signifikannya 0,05.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, maka selanjutnya memberikan saran mengenai pengaruh *Brand Image*, Harga Produk, dan *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di antaranya:

1. Untuk pihak Scarlett Whitening adalah harus berusaha untuk memperbaiki dari segi *brand image* agar masyarakat memiliki benak tersendiri atau memiliki ciri yang khas untuk produk scarlett whitening. Untuk harga dan penggunaan *celebrity endorsment* tetap diperhatikan karena harga yang ditawarkan ke masyarakat sudah terjangkau yang akan memberikan pengaruh kepada para konsumen dalam minat beli.

2. Untuk peneliti selanjutnya, dimohon untuk meneliti variabel lain yang berhubungan dengan produk scarlett whitening, dengan meneliti dari segi kualitas produk, atau dari segi promosi.

