BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat diketahui *Live Streaming* (X_1) dan *Brand Image* (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara *Live Streaming* (X_1) terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* pada Pengguna produk *Scarlett Whitening* diKelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu. Hal ini karena *live streaming* memberikan interaksi langsung dan real-time antara penjual dan konsumen, sehingga informasi mengenai produk dapat disampaikan secara lebih detail, transparan, dan menarik. Kemampuan *live streaming* untuk menampilkan demonstrasi produk, testimoni, serta tanya jawab secara langsung dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen. Pengaruh ini pada gilirannya menyebabkan peningkatan keputusan pembelian. Sederhananya, jika *Scarlett Whitening* dapat memanfaatkan *live streaming* dengan konten yang menarik dan informatif, maka penyebaran informasi mengenai produk akan lebih mudah diterima dan direspon positif oleh konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian.

2. Terdapat pengaruh positif antara *Brand Image* (X_2) terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* pada Pengguna produk *Scarlett Whitening* di Kelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu. Alasannya karena *brand image* yang baik dapat menciptakan persepsi positif di benak konsumen, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat untuk membeli produk tersebut. Dengan kata lain, jika *Scarlett Whitening* mampu membangun dan mempertahankan *brand image* yang kuat, konsumen akan lebih mudah mengenali, mengingat, dan memilih produk *Scarlett whitening* dibandingkan produk kecantikan lainnya. *Brand image* yang positif juga dapat menciptakan diferensiasi dan nilai tambah, sehingga konsumen merasa lebih yakin dan termotivasi untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin baik *brand image* yang dimiliki *Scarlett Whitening*, semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dihasilkan.
3. *Live Streaming* (X_1) dan *Brand Image* (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut dikarenakan semakin baik penggunaan live streaming dan *brand image* yang dimiliki *Scarlett Whitening*, maka akan berdampak langsung pada peningkatan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang live streaming (X1) dan Brand Image (X2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna produk *Scarlett Whitening* diKelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu, ada beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan serta saran bagi seluruh pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian terlihat bahwa pada variabel *Live Streaming* (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna produk *Scarlett Whitening* di Kelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu sudah baik. Agar lebih baik disarankan kepada host saat *Live Streaming* agar memberikan informasi produk lebih menyeluruh mengenai produk *Scarlett Whitening* tersebut, Serta jujur dalam memberikan review terkait kelebihan dan kekurangan produk *Scarlett Whitening* tersebut sehingga membuat konsumen tidak ragu saat mengambil keputusan pembelian.
2. Dari hasil penelitian terlihat bahwa pada variabel *Brand Image* (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna produk *Scarlett Whitening* diKelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu sudah baik. Agar lebih baik disarankan untuk mempertahankan *Brand Image* yang sekarang dan mempertahankan serta

meningkatkan kualitas produk scarlett *whitening* sebagai produk yang dinilai selalu baik untuk dapat menarik konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk Scarlett *Whitening*.

3. Dari hasil penelitian terlihat pada variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna produk Scarlett *Whitening* diKelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu sudah baik. Disarankan produk scarlett *whitening* untuk meningkatkan kualitas produk scarlett *whitening* agar konsumen tidak ragu untuk melakukan Keputusan Pembelian.
4. Disarankan untuk peneliti selanjutnya, hendaknya mencari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis yang berbeda dan mengembangkan jumlah responden sehingga akan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.