

BAB V

SIMPULAN SERTA SARAN

5.1 Simpulan

Bersumber pada data studi serta pembahasan yang telah dibahas dari bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. *Brand ambassador* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.
2. *Brand image* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.
3. *Brand awareness* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.

5.2 Saran

1. Untuk Merek Scarlett: Efek positif serta substansial dari duta merek, citra merek, serta kesadaran merek pada keputusan pembelian konsumen menggarisbawahi pentingnya mempertahankan duta merek yang kuat seperti EXO, yang memiliki pengetahuan serta kredibilitas mengenai produk Scarlett. Selain itu, meningkatkan kesadaran merek melalui kampanye pemasaran yang efektif serta menyediakan layanan pelanggan yang unggul dapat membantu Scarlett menang di pasar.
2. Untuk Peneliti Masa Depan: Studi ini mendorong peneliti di masa depan untuk mengeksplorasi variabel independen alternatif serta memanfaatkan metodologi baru untuk menghasilkan hasil yang lebih substansial serta memperluas cakupan studi. Memperluas cakrawala studi dengan memasukkan variabel tambahan serta teknik inovatif dapat menghasilkan wawasan yang lebih

mendalam serta pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen..