

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Duta Merek berpengaruh positif terhadap Kesadaran Merek.
2. Duta Merek berpengaruh positif terhadap Citra Merek.
3. Duta Merek tidak berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek.
4. Kesadaran Merek berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek.
5. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek
6. Duta Merek berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek melalui Kesadaran Merek sebagai variabel mediasi.
7. Duta Merek berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek melalui Citra Merek sebagai variabel mediasi.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, implikasi penelitian yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa mendatang adalah sebagai berikut:

## A. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang solutif untuk mendorong strategi pemasaran merek Everwhite dalam menyusun strategi pemasaran mereka demi menarik konsumen untuk meningkatkan preferensi merek konsumen terhadap produk dan merek dari Everwhite.

Preferensi Merek merupakan sebuah jalan bagi perusahaan merek Everwhite untuk meningkatkan dan memaksimalkannya untuk keuntungan perusahaan. Untuk meningkatkan preferensi merek, Everwhite dapat memberikan perhatian khusus pada konten sosial medianya dengan memberikan konten *games* dengan hadiah berupa produk Everwhite bagi beberapa *followers* yang beruntung karena hal tersebut dapat menambah kunjungan konsumen ke sosial media dari merek Everwhite, juga dengan menyediakan produk yang menarik, menyediakan produk yang dapat memberikan kesan terbukti manfaatnya pada produk saat digunakan, menyediakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri agar pelanggan lebih mengenal produk tersebut, dan dengan cara lain lagi yang dapat mendorong preferensi merek konsumen terhadap Everwhite.

Faktor selanjutnya yang dapat membantu perusahaan Everwhite yaitu meningkatkan kesadaran merek konsumen yaitu dengan cara memperhatikan *first impression* merek yang Everwhite punya, seperti pemilihan font huruf, tampilan desain kemasan dan juga warna yang menarik tentunya agar dapat menarik calon konsumen untuk penasaran dan ingin tahu akan merek Everwhite dan akhirnya memilih merek Everwhite sebagai preferensi merek produk perawatan kulit bagi mereka calon konsumen sehingga berdampak pada keputusan pembelian dan dapat meningkatkan penjualan serta keuntungan perusahaan.

Lalu, faktor lain yang dapat membantu perusahaan Everwhite yaitu meningkatkan citra mereknya yaitu dengan cara mengangkat duta merek terkenal dari Indonesia/lokal juga dengan tentunya yang memiliki citra yang baik pula demi mempertahankan citra baik Everwhite. Jadi, duta merek yang terkenal mereka tidak hanya Kim Seon Ho saja yang berasal dari Korea Selatan. Karena merek Everwhite ini juga merupakan salah satu merek lokal yang tentunya hal tersebut dapat mempertahankan citra baik dari merek Everwhite.

## **B. Implikasi Teoritis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat dan solusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Dari hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan dapat menambah literatur,

pengetahuan dan ide-ide yang berkaitan dengan pengaruh duta merek terhadap preferensi merek dengan kesadaran merek dan citra merek sebagai variabel mediasi.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang penting untuk diketahui agar dapat digunakan sebagai bahan *review/evaluasi* untuk penelitian selanjutnya.

- a) Model penelitian yang digunakan peneliti hanya berada pada kategori diterima secara marginal dengan kriteria-kriteria dari Goodness of Fit dikarenakan nilai-nilai kriteria yang peneliti dapatkan sedikit melebihi atau sedikit kurang dari nilai cut off value pada Goodness of Fit indeks.
- b) Beberapa tanggapan responden terhadap pertanyaan terbuka tidak seperti yang diharapkan, dan jawaban atas pertanyaan tersebut sangat singkat sehingga sulit untuk dijelaskan lebih lanjut.

Kendala-kendala tersebut yang disinyalir membatasi untuk melakukan penyusunan penelitian yang hampir sempurna, meskipun demikian penelitian ini masih menghasilkan hasil yang valid dan reliabel.