

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelembab Pond's Melalui *Brnd Image* Sebagai Variabel Mediasi di Kabupaten Kuningan. Adapun kesimpulan yang diperoleh dapat dituliskan sebagai berikut:

1. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelembab Pond's, artinya semakin menarik seorang *brand ambassador* di mata konsumen maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk membeli pelembab Pond's.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Pond's, artinya semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi juga kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian pelembab Pond's.
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelembab Pond's, artinya semakin positif *brand image* pelembab Pond's dibenak konsumen maka semakin meningkat juga kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.
4. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pelembab Pond's, artinya semakin menarik seorang *brand ambassador* di mata konsumen maka akan semakin positif juga *brand image* pelembab Pond's yang terbentuk dibenak konsumen.
5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, artinya semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen maka semakin positif *brand image* pelembab Pond's yang terbentuk dibenak konsumen.

6. *Brand image* tidak dapat memediasi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pelembab Pond's, artinya meskipun Tzuyu sebagai *brand ambassador* dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian tetapi pengaruh tidak terjadi melalui *brand image* sebagai perantara.
7. *Brand image* dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelembab Pond's, artinya ada atau tidaknya *brand image* sebagai mediasi, kualitas produk akan tetap memengaruhi keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan untuk kedepannya. Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 190 responden pelembab Pond's mengenai *brand ambassador* Tzuyu menunjukkan bahwa indikator daya tarik mendapat nilai rendah, maka jika Tzuyu sebagai *brand ambassador* tidak cukup kuat untuk menarik bagi sebagian besar konsumen diharapkan kedepannya Pond's dapat mempertimbangkan untuk menggunakan *brand ambassador* yang lebih sesuai dengan preferensi audiens misalnya seseorang yang aktif di berbagai *social media* seperti Instagram, Youtube, TikTok dan sebagainya.
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 190 responden pelembab Pond's mengenai indikator kualitas produk menunjukkan bahwa indikator keistimewaan tambahan mendapat nilai rendah, maka perusahaan diharapkan dapat lebih fokus dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelembab Pond's khususnya melalui penambahan keistimewaan tambahan pada fungsi pelembab Pond's seperti perlindungan ganda (*dual protection*), *hydrating booster*, formula *non-comedogenic* dan lainnya.

3. Pada hasil tanggapan yang telah dibagikan kepada 190 responden mengenai *brand image* menunjukkan indikator *user image* mendapat nilai rendah, maka perusahaan Pond's diharapkan dapat memperkuat citra merek dengan meningkatkan komunikasi yang lebih efektif seperti meningkatkan kampanye pemasaran yang lebih inklusif dan representative, menghadirkan pengalaman pengguna yang positif dan menyesuaikan *brand positioning* agar lebih dekat dengan identitas konsumen modern, terutama generasi muda yang lebih kritis terhadap *brand image*.
4. Pada hasil tanggapan yang telah dibagikan kepada 190 responden mengenai keputusan pembelian menunjukkan bahwa indikator pilihan produk mendapat nilai rendah, maka perusahaan Pond's diharapkan dapat melakukan evaluasi terhadap keberagaman variasi produk dari segi jenis kulit, usia ataupun preferensi lainnya. Karena itu perusahaan Pond's perlu melakukan riset mendalam untuk memahami keinginan konsumen. Selain itu perlu pengembangan produk yang sesuai tren seperti penggunaan bahan alami dan formula khusus.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat adanya berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan untuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini dapat menjangkau populasi serta sampel yang lebih besar dan luas, dapat juga menambahkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti promosi, harga, *brand trust*, inovasi produk, kemasan produk, dan lain sebagainya yang dapat ditambahkan untuk kebutuhan penelitian selanjutnya. Selain itu dapat juga mempertimbangkan untuk mengganti objek penelitian misalnya dalam bidang *fashion*, bidang teknologi, bidang makanan minuman, bidang Kesehatan, bidang transportasi dan sebagainya. Luas objek penelitian atau lokasi penelitian dapat diperluas misalnya skala provinsi, kota, atau regional, sehingga hasil penelitian memiliki relevansi serta aplikasi yang lebih luas. Dengan demikian penelitian dapat membantu dan memberikan

manfaat yang lebih baik dengan cara yang lebih transparan dan terstruktur sekaligus menjadi upaya dalam meningkatkan keputusan pembelian secara lebih efektif.