

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Segeanp hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti memakai SPSS versi 26 terhadap variabel *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* pada Hanasui melalui produk *facial mask* Hanasui dapat disimpulkan yakni:

1. *Brand awareness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *brand* Hanasui sangat disadari serta dirasakan oleh para konsumen sehingga hal ini menjadi perhitungan konsumen untuk membeli dan memakai produk *facial mask* Hanasui. Oleh karena itu, Hanasui perlu mengembangkan strategi-strategi yang dapat meningkatkan kesadaran *brand* Hanasui kepada konsumen.
2. *Brand association* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek dan persepsi Hanasui terhadap konsumen sangat positif. Namun tetap diperlukan upaya dan strategi Hanasui untuk dapat meningkatkan citra positif *brand* Hanasui dan membangun *brand image* Hanasui yang kuat kepada konsumen.
3. *Perceived quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dari pelayanan

serta produk *facial mask* Hanasui telah memiliki kualitas yang baik sehingga Hanasui dapat menarik minat konsumen berdasarkan keunggulan pelayanan dan produk *facial mask* mereka. Akan tetapi Hanasui tetap perlu mempertahankan atau mengembangkan kualitas pelayanan dan juga kualitas produknya.

4. *Brand loyalty* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menunjukkan para konsumen mempunyai kecenderungan untuk loyal terhadap *brand* Hanasui. Meskipun demikian, Hanasui perlu mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan sikap loyal konsumen terhadap *brand* Hanasui.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan ini, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan bagi Hanasui dalam menerapkan strategi bisnis Hanasui kedepannya serta meningkatkan kinerja perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Menggunakan *influencer* atau *brand ambassador* yang cocok sesuai dengan pasar yang dituju, dikarenakan memiliki pengaruh yang besar dan cepat dalam menyebarkan berbagai informasi.
2. Melakukan *digital marketing* menggunakan *platform* sosial media seperti Instagram dan TikTok dengan membuat konten

dengan topik, *filter*, *sound*, atau *template* edit yang sedang viral atau ramai dibahas maupun dipakai saat ini agar masuk ke *timeline* beranda sosial media masyarakat luas.

3. Memberikan edukasi kepada konsumen baik melalui sosial media ataupun melalui *booth* pameran *offline* seperti Indo Beauty Expo dan K-Beauty Expo 2023. Hanasui dapat melakukan interaksi secara langsung dengan konsumen, memberikan edukasi, serta mendengar cerita pengalaman dan masukan dari konsumen.
4. Menggunakan tren untuk mensosialisasikan keunggulan dari produk *facial mask* tersebut kepada para konsumen ataupun kepada calon konsumen.
5. Mengembangkan produk dengan kandungan atau formula baru pada produk *facial mask* dimana konsumen tidak perlu menambah rangkaian *skincare* ataupun *makeup* lainnya sehingga konsumen akan tertarik untuk mengandalkan *facial mask* Hanasui sebagai pilihan produk *facial mask* mereka.
6. Terus berkomitmen atau mempertahankan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta harga yang ekonomis terjangkau seperti yang telah diketahui oleh banyak konsumen.
7. Membuat *membership* Hanasui dimana konsumen yang tergabung dalam keanggotaan *membership* Hanasui dapat

penawaran menarik dan eksklusif berupa paket produk atau layanan tambahan.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Berikutnya

Berikut ini ialah beberapa anjuran yang dapat penulis haturkan terkait penelitian untuk peneliti selanjutnya:

1. Di penelitian ini, produk *skincare* lokal khususnya *facial mask* Hanasui sebagai objek penelitiannya. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan produk lokal *skincare* lainnya, karena mulai banyak merek lokal dan produk *skincare* lokal yang mengeluarkan kategori produk tersebut.
2. Disarankan di penelitian selanjutnya untuk menggunakan metode analisis selain *multiple linear regression*.
3. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* terhadap *purchase intention*. Sehingga saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan variabel independen lainnya untuk memprediksi variabel *repurchase intention*.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan sebelum melakukan penyusunan skripsi yaitu mencari dan membaca berbagai macam jurnal dan penelitian terdahulu. Hal ini untuk dapat menentukan topik yang sesuai dengan permasalahan yang

terjadi, menentukan model penelitian yang akan digunakan dalam olah data, mendapatkan gambaran proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir sehingga dapat mengurangi kesalahan pada saat pengerjaan.

