

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, selanjutnya disimpulkan pada paparan di bawah ini.

1. *Celebrity endorser* Maudy Ayunda memiliki nilai yang baik dari pengguna sabun pembersih wajah pond's. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik *celebrity endorser* maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
2. *Ekuitas merek* memiliki nilai yang baik dari pengguna sabun pembersih wajah pond's. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik ekuitas merek yang diberikan oleh perusahaan maka akan meningkatkan loyalitas konsumen.
3. Loyalitas konsumen memiliki nilai baik dari pengguna sabun pembersih wajah pond's. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik loyalitas konsumen maka perusahaan harus lebih meningkatkan loyalitas konsumen.
4. *Celebrity endorser* Maudy Ayunda berpengaruh positif dan signifikan sebesar 64,48% terhadap ekuitas merek, hal ini menjelaskan bahwa agar konsumen loyal maka *celebrity endorser* harus dapat meningkatkan ekuitas merek perusahaan.
5. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan sebesar 63,84% terhadap loyalitas konsumen, hal ini menjelaskan bahwa agar konsumen loyal maka perusahaan harus meningkatkan ekuitas merek agar konsumen bisa loyal.
6. *Celebrity endorser* Maudy Ayunda terdapat pengaruh langsung positif dan tidak signifikan sebesar 0,260% terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan pengaruh tidak langsung antara *celebrity endorser* terhadap loyalitas konsumen melalui ekuitas merek positif dan signifikan sebesar 64,15%. Pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, hal ini menjelaskan bahwa agar konsumen loyal maka *celebrity endorser* harus dapat meningkatkan ekuitas merek perusahaan agar konsumen bisa loyal.

5.2 Saran

Dari hasil yang telah dibahas sebelumnya serta dilakukan penyimpulan, maka perlu adanya beberapa saran guna meningkatkan berbagai aspek – aspek terpenting dalam penelitian ini, berikut merupakan saran dari penelitian.

1. *Celebrity endorser* Maudy Ayunda dapat menjadi faktor penting untuk menarik konsumen dalam mempromosikan produk sabun pembersih wajah pond's. Untuk itu diharapkan agar Maudy Ayunda tetap mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Ekuitas Merek atau *ekuitas merek* dapat menjadi faktor utama dalam suatu produk. Untuk itu perusahaan harus selalu memberikan kualitas yang baik bagi produk sabun pembersih wajah pond's agar konsumen tetap loyal.
3. Loyalitas konsumen akan menjadi dampak pada produk sabun pembersih wajah pond's. Untuk itu diharapkan perusahaan dapat memberikan produk terbaik dan berkualitas, juga bersaing dengan merek lain.
4. Besarnya pengaruh *celebrity endorser* maudy ayunda dan *ekuitas merek* diharapkan produk sabun pembersih wajah pond's mampu meningkatkan kualitas produk agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
5. Produk sabun pembersih wajah pond's perlu menjaga hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumen. Untuk itu diperlukan suatu "*relationship marketing*" yang terpadu dari manajemen perusahaan agar konsumen dapat terpuaskan terus-menerus, sehingga loyalitas konsumen terjaga sepanjang masa.
6. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada produk sabun pembersih wajah pond's.



