

## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yang didapatkan dari penelitian mengenai Pengaruh Duta merek terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Merek *Fesyen Local Erigo* di daerah Jabodetabek, yakni sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama mengatakan bahwa Duta merek berpengaruh terhadap Minat Beli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan Duta merek terhadap Minat Beli secara langsung. Dimana hal ini menunjukkan Duta merek kurang mampu mempengaruhi Minat Beli produk dari merek *fesyen local Erigo*. Sebab itu, Erigo harus dapat lebih menyeleksi dan memperhatikan pelaksanaan kerja sama antar *brand marketing team* dengan Duta merek.
2. Hipotesis kedua mengatakan bahwa Duta merek berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek Erigo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Duta merek terhadap Citra Merek. Hal ini menunjukkan bahwa Duta merek yang dipilih oleh Erigo berhasil membantu Erigo untuk menciptakan Citra Merek yang diinginkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, merek Erigo harus dapat memilih Duta merek dengan baik, agar tercipta Citra Merek yang konsisten pada merek Erigo.
3. Hipotesis ketiga menyatakan Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Merek yang dibangun oleh merek Erigo dapat menimbulkan Minat Beli calon konsumen pada produk-produknya. Sebab itu, Citra Merek yang dimiliki oleh merek Erigo harus konsisten dan terjaga.

4. Hipotesis keempat mengatakan Citra Merek memediasi pengaruh Duta merek terhadap Minat Beli. Dimana Duta merek harus menciptakan Citra Merek terlebih dahulu sebelum mempengaruhi Minat Beli pada produk Erigo. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa Citra Merek memediasi penuh pengaruh Duta merek terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan bahwa Duta merek yang dipilih oleh merek Erigo berhasil menciptakan Citra Merek sehingga dari Citra Merek tersebut timbul Minat Beli pada calon konsumen Erigo. Oleh sebab itu, Duta merek yang dipilih harus memiliki kompetensi yang baik agar dapat menyampaikan kesan baik dan menimbulkan Citra Merek yang baik pula atas merek Erigo sehingga timbul adanya Minat Beli pada calon konsumen Erigo.

## **5.2. Saran**

Dari hasil penelitian di atas, peneliti bermaksud untuk memberikan saran yang diharapkan dapat membantu berbagai pihak, baik bagi perusahaan, penelitian selanjutnya, maupun pihak akademisi, diantaranya:

### **5.2.1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, didapati bahwa Duta merek tidak dapat berpengaruh secara langsung terhadap Minat Beli, melainkan Duta merek harus membantu menciptakan Citra Merek yang baik terlebih dahulu untuk membentuk Minat Beli calon konsumen. Maka dari itu, peneliti memberikan saran untuk perusahaan untuk lebih memperhatikan Duta merek yang digunakan untuk mempromosikan produk, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara :

- a. Melakukan seleksi terhadap *celebrity* ataupun *influencer* yang digunakan sebagai Duta merek agar lebih sesuai dengan karakter produk merek Erigo.
- b. Melakukan *briefing* secara rutin mengenai konten-konten yang akan dipublikasi oleh Duta merek kepada seluruh team yang didalamnya termasuk para Duta merek tersebut agar dapat lebih memberikan informasi yang tepat mengenai produk dari merek Erigo.
- c. Menyuguhkan konten-konten yang lebih komunikatif dan positif dalam social media maupun media promosi lainnya.

- d. Menyesuaikan latar belakang Duta merek dengan konsep merek Erigo agar menciptakan sebuah promosi yang sejalan dengan citra perusahaan dan mencapai target konsumen.

### **5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah menambah referensi penelitian yang dilakukan pada variabel Duta merek, Citra Merek, dan Minat Beli pada industri fesyen serta melakukan penelitian di kota-kota besar lainnya yang berada di Indonesia. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan beberapa variabel lainnya seperti *Brand Awareness*

### **5.2.3. Bagi Lembaga Pendidikan dan Akademisi**

Saran-saran yang dapat diberikan untuk Lembaga Pendidikan atau Akademisi antara lainnya adalah:

- a. Menambah referensi pembelajaran mengenai pembentukan Minat Beli suatu merek yang dilihat dari peran yang dilakukan oleh Duta merek
- b. Menambah sumber pembelajaran mengenai peran dari Citra Merek terhadap pengaruh Duta merek terhadap Minat Beli suatu merek dalam industri fesyen.