

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji analisis pengaruh *Social Media Marketing* dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Equity* di Gerai KFC Mulyosari Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing* berkontribusi terhadap *Brand Equity* di Gerai KFC Mulyosari Surabaya melalui penyampaian informasi yang cepat dan mudah kepada konsumen, menciptakan citra merek yang dapat meningkatkan *brand equity*.
2. *Perceived Quality* berkontribusi terhadap *Brand Equity* di Gerai KFC Mulyosari Surabaya melalui upaya membangun dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan dapat meningkatkan *brand equity*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan KFC lebih memperhatikan dan memastikan penggunaan bahasa, gambar, dan gaya komunikasi agar mudah dipahami dan sesuai dengan identitas merek perusahaan dalam konten *social media*. Hal ini akan membantu perusahaan untuk mengenalkan merek dengan baik

kepada konsumen dan memberikan informasi yang jelas, menghindari kebingungan atau kesalahpahaman yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek.

2. Diharapkan KFC tetap menjaga konsistensi produk dan layanan yang diberikan. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan prosedur operasional yang ketat dan melakukan pengawasan terhadap seluruh aspek operasional. Selain itu, perusahaan juga perlu mendengarkan umpan balik konsumen dan mengambil tindakan yang tepat untuk memperbaiki kekurangan yang teridentifikasi.