

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk mengevaluasi pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* air minum dalam kemasan (AMDK) Ades di Kota Surabaya menyimpulkan hal-hal berikut:

1. *Brand Image* yang semakin baik akan memberikan kontribusi terhadap *Brand Loyalty* konsumen pada air minum dalam kemasan (AMDK) Ades di Kota Surabaya.
2. *Brand Awareness* yang semakin baik akan memberikan kontribusi terhadap *Brand Loyalty* konsumen pada air minum dalam kemasan (AMDK) Ades di Kota Surabaya.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan, antara lain:

1. Terkait *Brand Image*, ada beberapa saran untuk meningkatkan *brand image* air minum dalam kemasan Ades terutama untuk indikator kesukaan merek, yaitu dengan melakukan kampanye media sosial, melakukan kemitraan dengan influencer dan juga giveaway product, mengadakan event dan sponsorship, serta melakukan program loyalty dan promosi. Dari hal tersebut, konsumen akan cenderung menyukai AMDK merek Ades

2. Terkait *Brand Awareness*, ada beberapa saran untuk meningkatkan *brand awareness* air minum dalam kemasan Ades yaitu dengan melakukan penekanan pada indikator kesadaran merek. Produsen harus bisa meningkatkan komunikasi, kolaborasi dengan Influencer atau Brand Ambassadors serta menampilkan lebih banyak iklan di televisi dan radio penggunaan media sosial dan konten menarik.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mengembangkan variabel-variabel penelitian yang lebih komprehensif. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lebih baik dalam mencapai tujuan penelitian.