

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data serta tinjauan mengenai Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Brand Association* Terhadap *Brand Equity Korean Skincare* (Studi Pada Pengguna *Korean Skincare* di Kota Surabaya), dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Brand Association* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity Korean Skincare*.
2. *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap *Brand Equity Korean Skincare*.
3. *Perceived Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity Korean Skincare*.
4. *Brand Association* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity Korean Skincare*.

5.2 Saran

Merujuk pada hasil analisis serta kesimpulan yang dicapai, terdapat sejumlah rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penerapan lebih lanjut:

1. Bagi Konsumen, dianjurkan untuk proaktif dalam menggali informasi tentang beragam merek yang beredar di pasaran, menilai kualitas produk berdasarkan pengalaman pengguna lain, serta mengidentifikasi asosiasi yang melekat pada merek tertentu, seperti nilai yang diusung, inovasi yang ditawarkan, atau

keunggulan dibandingkan kompetitor. Dengan pendekatan ini, konsumen dapat lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi lebih relevan dan berkontribusi terhadap variabel terikat. Dengan menambahkan atau mengganti variabel tertentu, penelitian di masa depan dapat menghasilkan temuan yang lebih menyeluruh dan mendalam. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat mengeksplorasi pendekatan alternatif, seperti metode kualitatif, studi longitudinal, atau eksperimen, guna memperoleh wawasan yang lebih terhadap fenomena yang diteliti.