

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas konten dan *kredibilitas* Dr Richard Lee terhadap *brand equity* produk *skincare* athena. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah variabel Kualitas Konten (X1) dan *kredibilitas* Dr Richard Lee (X2), sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *brand equity* produk *skincare* athena (Y). Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil.

Kesimpulan yang pertama yaitu tidak terdapat pengaruh pada variabel kualitas konten terhadap variabel *brand equity*. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa indikator kualitas konten seperti *Educates, Informs, Connects, Entertains Create Trustworthiness* tidak dapat mempengaruhi nilai tambah atau *brand equity* produk *skincare* athena.

Kesimpulan kedua yaitu *kredibilitas* Dr Richard Lee berpengaruh terhadap *brand equity*. Kesimpulan ini menunjukkan bahwasanya seseorang yang memiliki *kredibilitas* yang relevan pada bidangnya dapat meningkatkan nilai tambah pada diri orang berkaitan dalam hal ini yaitu Dr Richard Lee dan juga produknya yaitu athena. Kemudian tentang *kredibilitas* (kepercayaan, keahlian, dan daya tarik) berpengaruh kuat pada *equity*/nilai tambah yang terjadi dari faktor-faktor tertentu salahsatunya yaitu dari faktor *kredibilitas* sumber dimana dalam penelitian ini yaitu Dr Richard Lee.

Kesimpulan yang ketiga yaitu kualitas konten dan *kredibilitas* berpengaruh terhadap *brand equity* produk yang dalam hal ini yaitu *skincare* athena. Pengaruh kualitas konten dan *brand equity* dari hasil pengujian diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 52.809 dan  $f_{tabel}$  sebesar 3.09 dengan signifikansi sebesar 0.000. Oleh karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $52.809 > 3,09$ ) dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Konten dan *kredibilitas* berpengaruh positif terhadap *brand equity* Prodak *Skincare* Athena.

## 5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, ada beberapa keterbatasan yang telah dirangkum sebagai berikut:

1. Data jumlah followers akun tiktok @Dr Richard Lee yang tidak diketahui secara pasti sehingga jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti.
2. Adanya kendala saat membagikan kuesioner terhadap followers tiktok @Dr Richard Lee dikarenakan responden lama dalam mengisi kuisisioner sehingga harus terus *difollow-up*
3. Adanya responden yang mengisi tidak sesuai dengan kolom pengisiannya

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Saran Manajerial

Untuk meningkatkan *brand equity*, dapat dilakukan beberapa hal yaitu:

1. Membangun citra merek yang kuat dengan fokus pada pengembangan citra merek yang konsisten dan memadai dengan nilai-nilai inti dan identitas merek. Dengan melakukan pesan merek dan visual merek secara konsisten yang disampaikan melalui semua saluran komunikasi dan interaksi dengan pelanggan.
2. Fokus pada pengalaman pelanggan mengupayakan pengalaman pelanggan yang berkesan. Seperti pelayanan pelanggan yang responsif, pengiriman yang cepat, dan pengalaman pembelian yang mudah. Kemudian Memahami dan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan persepsi positif terhadap merek
3. Adanya komunitas online: Memanfaatkan kekuatan media sosial dan platform online untuk terlibat dengan pelanggan dan komunitas. Buat konten yang menarik dan relevan, tanggap pertanyaan dan komentar pelanggan dengan cepat, dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pengikut merek sehingga dapat membantu memperkuat kesetiaan merek dan meningkatkan *brand equity*.

### 5.3.2 Saran Penelitian Berikutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengganti variabel kualitas konten dengan variabel lainnya yang di indikasi memiliki potensi dalam mempengaruhi *brand equity*. Kemudian Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan sudut pandang dan item-item yang ada didalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat dikembangkan lebih jauh dan menghasilkan pembaruan penelitian.

