

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu, untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Brand Ambassador* Minuman Serbuk Sari Buah Jeruk Nutrisari terhadap Ekuitas Merek (Survei kepada Siswa/i SMA Negeri 35 Jakarta Pusat). Terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dengan variabel Y. Artinya, *Brand Ambassador* Minuman Serbuk Sari Buah Jeruk Nutrisari mempengaruhi Ekuitas Merek, bagi siswa/i SMA Negeri 35 Jakarta Pusat. Kemudian hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil 33,2% tingkat Ekuitas Merek (Variabel Y) ditentukan oleh *Brand Ambassador* (Variabel X), dan sisanya sejumlah 66,8% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian seperti pengaruh dari iklan televisi lainnya dan produk-produk kompetitor yang serupa. Hasil ini juga ditunjang dengan hasil uji signifikansi hipotesis yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh *Brand Ambassador* Minuman Serbuk Sari Buah Jeruk Nutrisari berpengaruh terhadap Ekuitas Merek bagi siswa/i SMA Negeri 35 Jakarta Pusat.

#### **V.2 Saran**

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul pengaruh *Brand Ambassador* Minuman Serbuk Sari Buah Jeruk Nutrisari terhadap Ekuitas Merek (Survei kepada Siswa/i SMA Negeri 35 Jakarta Pusat), maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Pertahankan Joshua Suherman sebagai *Brand Ambassador*, karena Nutrisari sudah identik dengan Joshua Suherman dan karakter si Jeruk.
2. Selalu melakukan inovasi, baik dari segi produk maupun kegiatan beriklan. Membuat *event-event* ke berbagai SMA, Universitas, pusat perbelanjaan dan target pasar Nutrisari lainnya dengan konsep menarik dan unik agar konsumen dapat selalu ingat dan menjadikan Nutrisari produk yang sangat melekat di benak konsumen.