

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah penulis lakukan yaitu, adanya pengaruh asosiasi merek *BlackBerry* terhadap respon konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data melalui uji regresi berganda yang menunjukkan adanya pengaruh asosiasi merek terhadap respon konsumen sebesar 42,70%, faktor yang mempengaruhinya yaitu identifikasi sosial dan status, serta 57,30 lainnya di pengaruhi oleh faktor lain seperti harga dan promosi.

Meskipun secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa hasil dari asosiasi merek *BlackBerry* berpengaruh terhadap respon konsumen namun faktor jaminan dan asosiasi merek tidak memberikan pengaruh terhadap respon konsumen karena setelah dilakukan uji regresi berganda ternyata hasilnya tidak signifikan yaitu sebesar 0.446 dan 0.429, sehingga hasil hipotesisnya ditolak atau hipotesisnya tidak memberikan pengaruh terhadap respon konsumen.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan meskipun tidak semua faktor mempunyai pengaruh signifikan tetapi asosiasi merek tetap memberikan pengaruh terhadap respon konsumen, hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian (A Balen Del Rio et al, 2001) yang menyatakan bahwa asosiasi merek memiliki pengaruh positif terhadap respon konsumen.

## 5.2. Saran

Pada era globalisasi ini banyak sekali perusahaan baru yang bermunculan, tetapi kebanyakan dari mereka hanya menjadi pengikut pasar saja, dan tentu sudah dapat ditebak perusahaan yang hanya menjadi pengikut pasar akan sulit berkembang karena mereka harus bersaing dengan banyak perusahaan sejenis, terutama dengan perusahaan besar yang sudah lama dan sudah dapat terus menjadi pemimpin pasar.

Saran dari penulis sebaiknya Perusahaan *Research In Motion* sebagai produsen *BlackBerry* bisa mengembangkan produk dengan inovasi baru dan juga cara promosi yang berbeda dari pesaing, tanpa menghilangkan sisi kualitas produknya, hal ini dilakukan agar konsumen menjadi loyal terhadap produk dari *BlackBerry*, dengan demikian jika konsumen sudah loyal terhadap produk *BlackBerry* maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan dapat lebih unggul dari pesaing, sehingga dapat terus menjadi pemimpin pasar dalam segmen produk yang sudah ada maupun produk baru yang akan diciptakan.

Penulis juga ingin memberikan saran untuk penulis lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya agar memasukkan faktor harga dan promosi sebagai indikator faktor yang mempengaruhi respon konsumen, hal ini dilakukan agar dalam penelitian selanjutnya hasil yang didapatkan lebih baik daripada penelitian ini.