

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan produk kartu seluler GSM merek *simPATI* sebagai objek dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek terhadap citra merek. Responden yang dipilih untuk mengisi kuesioner yang dibagikan adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, Bandung sebanyak 100 orang sebagai sampel dari populasi yaitu Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Sebagian besar yang mengisi kuesioner adalah berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 59%, usia rata-rata 21 tahun dengan persentase 53% dan berfakultas ekonomi jurusan manajemen dengan persentase 65% serta angkatan 2008 dengan persentase 61%.

Data respondown tersebut dikumpulkan lalu diolah dengan bantuan *software* SPSS versi 12.0 *for windows* untuk menguji validitas, reliabilitas dan juga menguji hipotesis dengan menggunakan analisis persamaan regresi $Y = a + b X$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh secara langsung terhadap citra merek. Selain itu juga terdapat faktor lain yang ikut berperan dalam pembentukan citra merek.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan untuk dapat merancang suatu usaha pemasaran yang dimana dapat melibatkan suatu kesadaran merek dengan citra merek agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Usaha pemasaran yang

dimaksud oleh peneliti adalah seperti memberikan pesan yang jelas dan jujur kepada konsumen tentang fitur-fitur dari produk yang akan dipasarkan agar konsumen mengerti dan tidak merasa dibohongi oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga dapat memberikan potongan harga atau diskon khusus pada acara-acara tertentu sehingga konsumen menjadi tertarik untuk mencoba produk yang dipasarkan. Perusahaan juga tentunya harus menyediakan *Customer Service* untuk melayani pengaduan dan keluhan serta pertanyaan-pertanyaan dari konsumen. *Customer Service* dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, tentunya juga dengan pelayanan yang ramah.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini hanya menggunakan merek *simPATI* saja sebagai objek penelitian. Selain itu, pemilihan populasi dan sampel yang masih dalam ruang lingkup kecil saja sehingga data yang disajikan menjadi terbatas. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, khususnya bila ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama peneliti harus menggunakan berbagai merek provider lainnya seperti XL, AXIS, Kartu As, 3 dan sebagainya, serta menentukan populasi dan sampel dalam ruang lingkup yang lebih besar sehingga menjadi lebih *generalisasi*.