

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini menganalisis mengenai hubungan *Brand Awareness* dengan *Brand Resonance* produk pasta gigi Pepsodent, penulis menggunakan metode survey dan korelasi Spearman. Dimana sebelum pengujian hipotesa, peneliti melakukan beberapa pendahuluan yang terdapat uji reliabilitas dan uji validitas.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara memberikan kuesioner yang berisi butir-butir pengukur konstruk atau dimensi dalam penelitian yang disampaikan pada responden. Pengambilan sampling dilakukan dengan metode *non probability* sampling, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel atau secara *nonprobability sampling* merupakan metode penetapan sampel dengan didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria tersebut bertujuan memberikan informasi yang maksimal Suliyanto (2006). Dimana sampel yang digunakan adalah konsumen di sekitar Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan pasta gigi Pepsodent.

Hasil pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan *Brand Awareness* dengan *Brand Resonance* produk pasta gigi Pepsodent adalah dengan tingkat signifikansi 0.000 yang dimana terdapat hubungan antara *Brand Awareness* dengan *Brand Resonance*. Pengujian hipotesis untuk mengetahui dan mengukur hubungan adalah sebesar 0.366, yang berarti terdapat hubungan yang lemah antara brand awareness dengan brand resonance pada produk pasta gigi Pepsodent.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa perusahaan perlu untuk memperhatikan variabel *brand resonance* sebatas menjaga prestasi yang telah dicapai, mengingat variabel tersebut hanya mempunyai hubungan yang lemah dengan *brand awareness*.

5.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan penelitian yang menguji hubungan *Brand Awareness* dengan *Brand Resonance* pada produk lain selain pasta gigi.
- Untuk selanjutnya, sebaiknya mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempunyai hubungan dengan *brand awareness*, misalnya *quality perception*, dan lain-lain
- Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian diluar lingkungan Universitas Kristen Maranatha, misalnya di Supermarket, Hypermarket, dan lain-lain