

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Merek “Kit” terdiri dari beragam jenis produk pilihan sesuai dengan fungsinya masing-masing yang memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Dengan menggunakan merek “Kit” konsumen mempunyai nilai prestise (strata) yang lebih, karena adanya kebanggaan bagi pemakainya.
3. Harga yang dipasarkan telah sesuai dengan kualitas yang dihasilkan. Harga produk merek “Kit” yang beragam disesuaikan dengan fungsinya.
4. Konsumen mendapatkan apa yang diharapkannya dengan menggunakan produk merek “Kit”, sehingga konsumen mengenal produk merek “Kit” dengan baik dan selalu menggunakan produk merek “Kit”.
5. Berdasarkan hasil dari penelitian melalui kuesioner sebagian besar konsumen selalu menggunakan merek “Kit”. Hal tersebut dikarenakan ekuitas merek “Kit” yang selalu dipertahankan oleh perusahaan, agar kesetiaan konsumen dapat selalu terjaga.

6. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana maka diperoleh α 0,000, dimana $\alpha < 0,05$ yang berarti adanya pengaruh antara variabel ekuitas merek dengan keputusan pembelian.

Hasil dari R Square sebesar ,285 yang berarti Ekuitas merek mempengaruhi sebesar 28,5% terhadap keputusan pembelian.

5.1.1 Saran Kelemahan Penelitian

Penelitian ini mempunyai kelemahan dimana pada pertanyaan dalam kuesioner bagian II dalam suatu dimensi hanya terdapat 1 (satu) pertanyaan, yang secara statistik tidak dapat dilakukan uji validitas sehingga data tersebut tidak valid . Selain itu dikarenakan keadaan atau kondisi responden pada saat mengisi kuesioner berbeda-beda sehingga ada kemungkinan jawaban yang diberikan tidak valid.

5.2 Saran

Pada akhir penulisan ini, penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak perusahaan . Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi yang lebih lagi untuk menjaga loyalitas konsumen yang sudah terbentuk saat ini.

2. Partisipasi perusahaan dalam event-event yang berkaitan dengan otomotif sangat diperlukan karena event tersebut merupakan salah satu bentuk kampanye produk yang sangat efektif, dimana produk merek “Kit” dapat memperoleh pelanggan baru.
3. Pihak manajemen perlu mengadakan jajak pendapat untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan konsumen karena melalui cara ini perusahaan dapat meningkatkan produk merek “Kit” atau dapat pula dilakukan pengembangan penelitian untuk peningkatan kualitas produk yang lebih baik lagi.

5.2.1 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan atau pemasar untuk mengetahui bahwa ekuitas merek dapat berpengaruh terhadap keputusan penjualan. Walaupun bukan merupakan faktor pendukung utama dalam hasil keputusan penjualan, ekuitas merek pun menjadi salah satu syarat agar terbentuknya loyalitas konsumen. Dimana diferensiasi dengan produk lain, kerelevanan dengan konsumen yang menggunakannya, adanya prestise yang didapat dengan menggunakan merek tersebut, dan pengetahuan konsumen mengenai produk yang dipakainya merupakan faktor ekuitas merek yang mendukung terbentuknya keputusan pembelian suatu merek.

Penelitian ini dapat memberikan implikasi bahwa perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan ekuitas merek yang ada pada produk

merek “Kit” sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan mencapai salah satu tujuan perusahaan.