

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya maka diperoleh suatu gambaran mengenai *brand image* prosesor komputer AMD pada perakit dewasa awal di komunitas “X”, dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari seluruh responden, didapatkan hasil bahwa sebagian besar dari perakit dewasa awal di komunitas “X” memiliki *brand image* negatif terhadap prosesor komputer AMD.
2. Responden memiliki *brand image* positif terhadap aspek *place* karena lokasi penjualan dan lokasi *service center* yang baik.
3. Sedangkan aspek yang membentuk *brand image* yang negatif terhadap prosesor komputer AMD adalah aspek *promotion*, *product* dan *price*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoretis

1. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lanjutan, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan jika ingin melakukan penelitian korelasi antara *brand image* dengan loyalitas dan keputusan membeli.
2. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian *brand image* agar perlu membuat alat ukur yang menggambarkan aspek keyakinan (*belief*) seseorang atau responden terhadap merek yang bersangkutan.

3. Bagi ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Konsumen, hasil penelitiannya ini dapat menjadi masukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai *brand image* dan aspek-aspeknya pada seseorang yang sedang berada pada masa dewasa awal juga motivasi dalam membeli.

5.2.2. Saran Praktis

1. Bagi pihak AMD disarankan untuk lebih memperhatikan aspek *promotion*. Untuk aspek tersebut, AMD disarankan untuk lebih banyak melakukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan promosi, iklan dan pengenalan produk pada media yang lebih luas lagi.
2. Bagi pihak AMD agar tetap dapat mempertahankan harga, yang disetarakan dengan kemampuan produk yang baik juga tempat penjualan yang banyak untuk produk-produk yang akan datang sehingga dapat terus bersaing dengan produk kompetitor.

