

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari pengujian dan analisis mengenai pengaruh faktor-faktor strategi perluasan merek terhadap citra merek (studi kasus : sportswear) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Terdapat pengaruh dari faktor-faktor strategi perluasan merek pada citra merek, di dalam faktor-faktor strategi perluasan merek terdapat 4 variabel yang diuji dan dianalisis sebagai berikut : variabel *perceived quality*, variabel *knowledge*, variabel *similarity*, variabel *attitude* dimana semua variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap citra merek.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu :

1. Berdasarkan Tabel 3.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas, diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen  $< 0,05$  maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Berdasarkan Tabel 3.5 model ini yang digunakan dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas (berdistribusi tidak normal). Maka penelitian ini bersifat tidak normal
3. Indikator Knowledge 2 (K2) tidak reliable, maka indikator K2 dihapus.

### 5.3 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi peneliti selanjutnya. Meningkatkan strategi-strategi perluasan merek agar konsumen lebih banyak mengetahui akan merek-merek baru dari merek induk tersebut. Perusahaan mengetahui bagaimana cara memenuhi kebutuhan pelangganya dengan terpenuhinya kebutuhan yang mereka butuhkan, lalu meningkatkan citra merek induk agar lebih banyak dikenal oleh konsumen.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan yang didapat, adapun saran-saran dalam penelitian ini agar penelitian ini menjadi lebih baik lagi nantinya :

1. Diharapkan peneliti yang akan datang melakukan penelitian dengan model penelitian yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh peneliti di dalam penelitian ini serta menggunakan variabel yang berbeda atau menambahkan beberapa variabel baru ke dalam penelitian sehingga lebih banyak lagi hasil penelitian yang baru untuk kedepannya.
2. Penyebaran kuesioner lebih diperbaharui lagi agar mendapat hasil yang spesifik dan hasil yang terbaik.