

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu, Lampung. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan alat analisis berupa regresi linear berganda dengan bantuan program komputer *SPSS 16.0 for windows*. Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa variabel kesadaran merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,2 dan memiliki nilai t sebesar $3.101 > t$ tabel 1.966 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Nilai signifikansi $< 0,05$.
2. Hasil uji hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa variabel asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,372 dan memiliki nilai t sebesar $4.561 > t$ tabel 1.966 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Nilai signifikansi $< 0,05$.

3. Hasil uji hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa variabel persepsi kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,238 dan memiliki nilai t sebesar $3.018 > t$ tabel 1.966 dengan nilai signifikansi sebesar 0,03. Nilai signifikansi $< 0,05$.
4. Hasil uji hipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa variabel loyalitas merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,406 dan memiliki nilai t sebesar $5.000 > t$ tabel 1.966 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Nilai signifikansi $< 0,05$.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuj perusahaan agar selalu menjaga dan meningkatkan ekuitas merek yang telah di miliki, mengingat persaingan dengan produk lain yang begitu ketat yang inovatif dan dinamis, Hoda harus terus meningkatkan kualitas produk-produknya serta mempertimbangkan penelitian-penelitian seperti ini.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan atau mengikut sertakan elmen ekuitas merek yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini yaitu *Other Proprietary Brand Assets* kedalam variabel

independen quality), atau variable lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian konsumen.

3. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut :

1. Dalam pengisian kuesioner oleh responden terjadi bias dalam artian jawaban responden tidak sesuai dengan harapan karena ada pengaruh dari lingkungan responden seperti teman, atau tidak jujur dalam menjawab pertanyaan.
2. Pembuatan kuesioner didasarkan pada studi literatur yang peneliti lakukan, sehingga terdapat faktor lain yang mungkin berhubungan tetapi tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Instrumen kuesioner memiliki potensi bias yang cukup besar karena pertanyaan yang tertuang di dalamnya tidak selalu menampung persoalan penelitian. Selain itu, ada kemungkinan kuesioner dipahami secara berbeda oleh responden.