

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian tentang *brand equity* terhadap keputusan pembelian, masing-masing variabel terdiri dari 3 pernyataan tentang kesadaran merek, 3 pernyataan tentang asosiasi merek, 4 pernyataan tentang persepsi kualitas, 4 pernyataan tentang loyalitas merek dan 4 pernyataan tentang keputusan pembelian dalam bentuk kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti kepada 100 orang pelanggan AC Panasonic pada Toko Sumber AC Palembang. Kemudian kuesioner ini dianalisis oleh peneliti berdasarkan jawaban yang telah di isi oleh responden.

Pada penelitian tentang analisis pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian AC Panasonic pada Toko Sumber AC Palembang ini disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand equity* merek AC Panasonic ditinjau kesadaran merek bahwa responden menyatakan merek AC Panasonic mudah diingat, disebutkan dan dikenali. Ditinjau dari asosiasi merek bahwa responden menyatakan merek AC Panasonic memiliki inovasi, teknologi yang canggih dan memberikan manfaat bagi konsumen. Ditinjau dari persepsi kualitas bahwa responden menyatakan merek AC Panasonic dipercaya, membuat bangga, disukai dan membuat puas konsumen. Ditinjau dari loyalitas merek bahwa responden menyatakan merek

AC Panasonic akan terus digunakan, direkomendasikan dan tidak akan terpengaruh pada produk AC merek lainnya.

2. Dalam penelitian ini persepsi kualitas berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian merek AC Panasonic.
3. Pada pengujian regresi berganda (*multiple regression*) secara simultan *brand equity* (kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek) berpengaruh secara sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Pada nilai rata-rata kesadaran merek memiliki nilai tertinggi, namun untuk tingkat pengaruh variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian AC Panasonic.

B. Saran

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menyampaikan pernyataan-pernyataan negatif. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban pernyataan yang diberikan oleh responden sungguh-sungguh dan konsisten serta menghindari terjadinya pernyataan-pernyataan yang membatasi kebebasan responden dalam memberikan jawaban.