

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V dijelaskan tentang simpulan yang didapat dari hasil analisis data, secara jelas dan ditentukan apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Selain itu akan dibahas juga tentang saran bagi peneliti selanjutnya, akademisi, dan perusahaan.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil data yang diuji menggunakan teknik analisis uji F yang telah ditetapkan, maka didapat simpulan bahwa variabel *brand equity* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

B. Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya meneliti produk *Tropicana Slim* dengan jumlah sampel penelitian sebesar 100 responden.
2. Variabel penelitian ini yaitu *brand awareness*, *brand loyalty*, *brand association*, dan *perceived quality*. Dimensi ataupun indikator penelitian yang digunakan merupakan hasil pemilihan dari berbagai sumber (jurnal atau buku).

C. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Saran berdasarkan simpulan variabel yaitu:
 - a. Untuk perusahaan, agar dapat mempertimbangkan aspek *brand awareness* dari segi ciri khusus produknya supaya konsumen mudah mengenali dan mengingat produk *Tropicana Slim* (kemasan produk yang didesain dengan logo unik (bahan dasar gula rendah kalori) serta perpaduan warna yang menarik).
 - b. Untuk perusahaan, agar dapat mempertimbangkan aspek *brand loyalty* dari segi harga (berkisar dengan harga pesaing sejenis), atribut produk, ataupun promosi penjualan (beli 2 box gratis 1 box, undian *Tropicana Slim* keluarga sehat, dll) supaya konsumen tidak beralih ke merek lain.
 - c. Untuk perusahaan, agar dapat mempertimbangkan aspek *brand association* dari segi pencitraan merek terhadap suatu kesan tertentu dalam kaitannya dengan kebiasaan, gaya hidup sehat, dan manfaat untuk tubuh dengan membuat iklan dengan tema “Hidup Sehat *Tropicana Slim*”, perusahaan dapat membuat iklan dengan menunjukkan kebiasaan keluarga minum teh dengan pemanis rendah kalori *Tropicana Slim* dari muda sampai tua sehingga terbebas dari diabetes.
 - d. Untuk perusahaan, agar dapat mempertimbangkan aspek *perceived quality* dalam melakukan strategi pemasaran produknya, seperti

membuat *tagline Tropicana Slim* sebagai gula rendah kalori dan menyehatkan

2. Saran bagi peneliti selanjutnya dan akademisi yaitu:
 - a. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah indikator variabel operasional ataupun mengganti dimensi penelitian.
 - b. Untuk akademisi, agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan sampel atau objek penelitian yang berbeda dan variabel- variabel penelitian yang lain, serta menggunakan indikator variabel yang lebih terbaru .