

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas pengaruh dari Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 orang responden yang merupakan konsumen Smartphone Samsung Android.

Dari hasil pengujian regresi linier berganda disimpulkan bahwa :

1. Variabel kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian pada Smartphone Samsung Android.
2. Variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Smartphone Samsung Android
3. Variabel asosiasi merek memiliki pengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Smartphone Samsung Android
4. Variabel loyalitas merek memiliki pengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Smartphone Samsung Android

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari, hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan, oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui antara lain :

1. Penelitian ini hanya mempertimbangkan variabel bebas yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lain yang terkait dengan perilaku keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat menguji variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi perilaku keputusan pembelian.
2. Penyebaran dan Pengambilan data dengan media kuisioner atau penggunaan kuisioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan persepsi, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu, sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden.
3. Ruang lingkup populasi penelitian ini hanya menggunakan seluruh mahasiswa S1 fakultas ekonomi Universitas Andalas Padang dengan sampel yang diambil sebanyak 130 orang dari angkatan tahun 2009 sampai angkatan tahun 2013.

5.3 Impikasi Hasil Penelitian

Smartphone Samsung Android perlu menfokuskan kebijakannya pada usaha untuk mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek Smartphone Samsung Android tersebut. Menjalin kedekatan dengan pelanggan serta menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan sangat perlu dilakukan oleh Smartphone Samsung Android agar loyalitas konsumen terhadap produk Smartphone merek Samsung Android selalu dapat dipertahankan. Salah satu cara menjalin kedekatan dengan pelanggan tersebut adalah dengan membentuk komunitas khusus pengguna Samsung Android dan mengadakan acara untuk komunitas tersebut rutin setiap setahun sekali secara terus-menerus. Acara tersebut bisa diisi

dengan berbagai *event* seperti lomba-lomba, touring, liburan, konser musik, dan lainnya yang kemudian diikuti oleh promosi lebih dalam mengenai produk-produk Smartphone merek Samsung Android agar pelanggan semakin loyal terhadap merek Smartphone Samsung Android tersebut.

5.4 Saran

1. Akademisi

Penelitian yang akan datang diharap menguji variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Praktisi (pemilik perusahaan)

Pihak Produsen Smartphone Samsung Android diharapkan dapat mempertahankan dan memperkuat Ekuitas Mereknya. Hal ini akan membuat intensitas konsumen yang melakukan pembelian pada Smartphone Samsung Android semakin meningkat.

