

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah, model penelitian yang diajukan pada proposal penelitian diterima. Penelitian ini menemukan bahwa.

1. *Green Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Green Brand Equity air minum dalam kemasan merek Aqua Danone di Kota Malang
2. *Green Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap Green Brand Equity air minum dalam kemasan merek Aqua Danone di Kota Malang
3. *Green Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Green Brand Equity air minum dalam kemasan merek Aqua Danone di Kota Malang

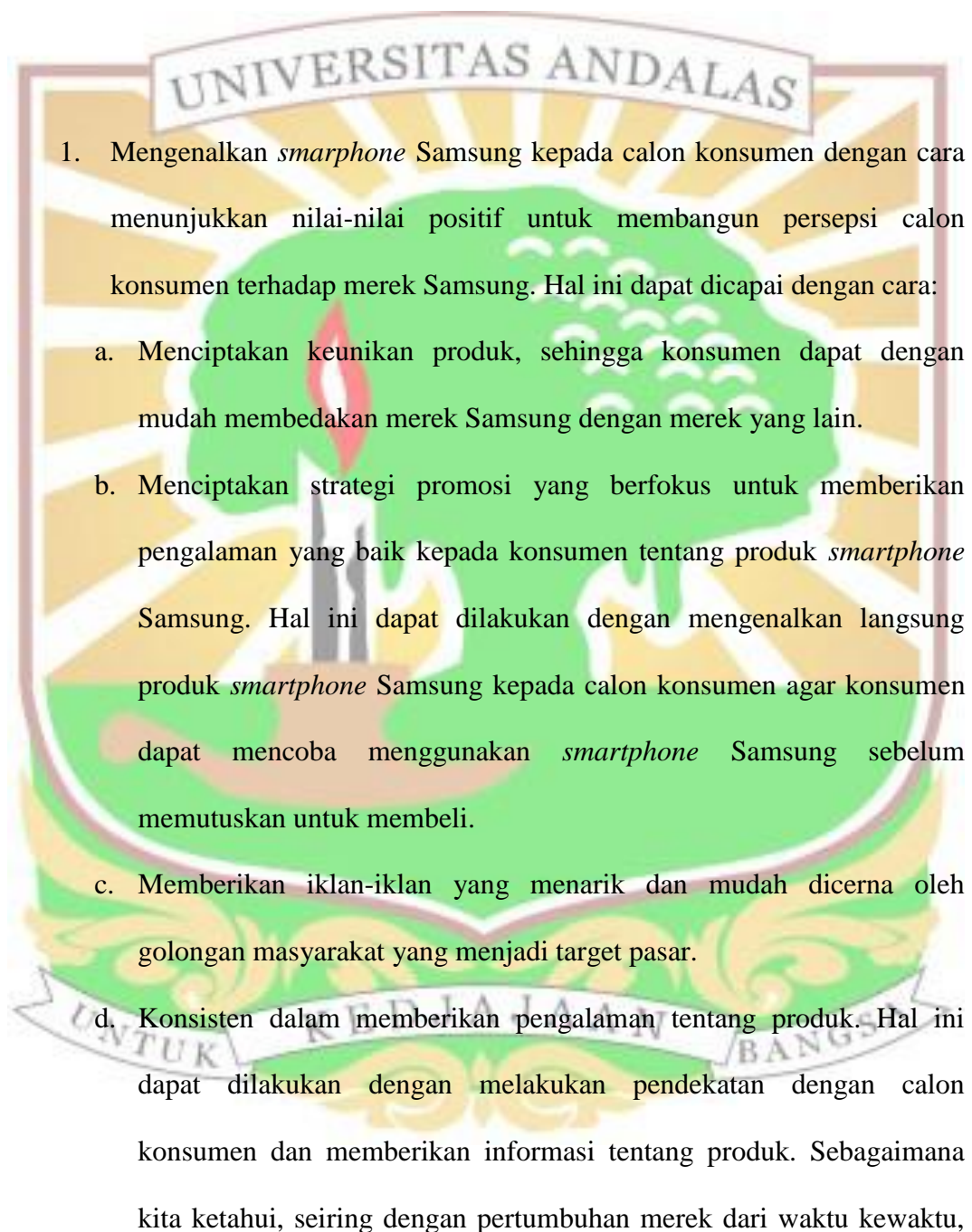
2 Saran

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini, diperoleh data bahwa semakin tinggi pengaruh variable green brand image, green satisfaction dan green trust maka green brand equity produk air minuman dalam kemasan merek Aqua Danone juga akan semakin bagus.

Dengan demikian untuk meningkatkan green brand equity dari produk air minum dalam kemasan Aqua Danone perlu dilakukan beberapa strategi diantaranya :

1. Menjaga citra perusahaan sebagai pelopor aktivitas peduli lingkungan
2. Konsisten dalam mempertahankan persepsi positif konsumen terhadap produk aqua yang ramah lingkungan.

3. Berupaya memenuhi ekspektasi konsumen bahwa produk aqua memang benar – benar baik sesuai harapan mereka.



pengalaman berulang tentang merek dapat membangun keyakinan dan kepercayaan calon konsumen *smartphone* Samsung di kota Padang.

2. Membangun kepercayaan calon konsumen *smartphone* terhadap merek Samsung, yang dapat dilakukan dengan cara:

- a. Memenuhi janji-janji merek terhadap konsumen. Artinya kualitas produk harus sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan saat promosi.
- b. Meningkatkan kompetensi produk dengan cara memperbaiki kualitas produk dari segi kinerja *operation system*-nya.
- c. Menyesuaikan fitur produk dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Masyarakat membutuhkan *smartphone* tidak hanya untuk komunikasi, namun sebagai gaya hidup dan menunjukkan citra diri.

