

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab IV maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *brand awareness* maka akan berdampak pada semakin tinggi *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
2. Variabel *perceived quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *perceived quality* maka akan berdampak pada semakin rendah *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
3. Variabel *brand association* berpengaruh tidak signifikan terhadap *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *brand association* maka akan berdampak pada semakin rendah *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.
4. Variabel *brand loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *brand loyalty* maka akan berdampak pada semakin tinggi *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting untuk pihak perusahaan Acer agar lebih mengamati dan menganalisa faktor *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, dan *brand loyalty*. Karena dari semua faktor tersebut terdapat 2 variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh yaitu faktor *brand awareness* dan *brand loyalty*. Artinya semakin tinggi nilai kedua variabel tersebut maka akan semakin tinggi *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pengamatan peneliti di lapangan, implikasi yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan Acer adalah peningkatan faktor *brand awareness* dengan meningkatkan promosi sehingga produk Acer dapat melekat di pikiran konsumen. Kemudian peningkatan faktor *brand loyalty* yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan Acer adalah seperti dengan cara meningkatkan kualitas dari produk Acer itu sendiri, sehingga konsumen dapat setia kepada merek Acer.

Dari hasil penelitian ini juga dapat dilihat bahwa faktor *brand awareness* adalah yang paling signifikan mempengaruhi *purchase decision* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh. Maka hal ini dapat dijadikan acuan utama yang digunakan untuk mencapai *purchase decision* yang tinggi pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang ada, keterbatasan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber untuk peneliti dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, dan *brand loyalty* pada laptop merek Acer di Kota Payakumbuh yang dalam pengujiannya hanya mampu menjelaskan pengaruh sebesar 43,1% saja, sedangkan sisanya sebesar 56,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Responden dalam penelitian ini sebanyak 120 responden dari kalangan konsumen pengguna laptop Acer yang berdomisili di Kota Payakumbuh.
3. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh, maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan di Kota Payakumbuh.

### 5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

#### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel yang mengkaji pengaruh faktor *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, dan *brand loyalty*, karena itu disarankan untuk

peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang juga turut mempengaruhi *purchase decision* seperti variabel kualitas layanan dan promosi.

2. Wilayah cakupan dalam penelitian ini masih dalam skala kecil, yaitu hanya meneliti di Kota Payakumbuh saja, disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti lokasi yang lebih luas dan tidak hanya pada satu daerah saja, sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

#### **Bagi Perusahaan Acer**

Pihak perusahaan Acer disarankan untuk mempertahankan *brand awareness* dan *brand loyalty* terhadap produknya, namun juga memperhatikan *perceived quality* dan *brand association* produknya untuk terus ditingkatkan di mata konsumen pengguna laptop Acer.

