

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Honda BeAt (Studi kasus pada PT. Sinar Rejeki Lembang) dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden, Kepercayaan Merek berada pada kategori cukup baik, yang diolah melalui 2 (dua) indikator. Dari indikator tersebut diperoleh skor tertinggi dengan indikator *Dimension of Viability* berada pada kategori baik, sedangkan skor total terendah berada pada indikator *Dimension of Itentionality* berada pada kategori cukup baik.
2. Berdasarkan tanggapan responden, Ekuitas Merek berada pada kategori cukup baik, yang diolah melalui 4 (empat) indikator. Dari indikator tersebut diperoleh skor tertinggi dengan indikator *Brand Awareness* berada pada kategori baik, sedangkan skor total terendah berada pada indikator *Percieved Quality* berada pada kategori cukup baik.
3. Berdasarkan tanggapan responden, Loyalitas Konsumen berada pada kategori cukup baik, yang diolah melalui 3 (tiga) indikator. Dari indikator tersebut diperoleh skor tertinggi dengan indikator melakukan pembelian secara berulang yang berada pada kategori cukup baik, sedangkan skor total terendah berada pada indikator berada pada kategori cukup baik.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan kepercayaan merek dan ekuitas merek secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kepercayaan merek dan ekuitas merek secara parsial memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Honda BeAt (Studi kasus pada PT. Sinar Rejeki Lembang), penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengusaha dalam hal meningkatkan keunggulan bersaing:

1. Sebaiknya Perusahaan lebih mengetahui pentingnya Kepercayaan Merek dalam menjalankan Perusahaan untuk mencapai Kelayakan Konsumen dengan terus melakukan perbaikan di segala bidang agar konsumen dapat loyal terhadap Motor Honda BeAt.
2. Sebaiknya hal yang perlu diperbaiki dalam Ekuitas Merek adalah perusahaan di tuntut untuk lebih aktif dalam *Brand awareness*, *Brand associations*, *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* agar tercapainya loyalitas konsumen pada Honda Motor BeAt.
3. Sudah seharusnya Loyalitas Konsumen lebih ditingkatkan dengan memperbaiki Kepercayaan Merek dan Ekuitas Merek.
4. Untuk perusahaan agar lebih memanfaatkan pengetahuan dari segi Kepercayaan Merek dan Ekuitas Merek yang ada serta menambah pengetahuan dalam

menjalankan Perusahaan seperti melanjutkan Pendidikan ikut pelatihan dan lain – lain, serta untuk perusahaan agar tidak cepat untuk puas atas hasil yang sekarang.