

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penulis mengenai Pengaruh Perceived Quality dan Brand Loyalty terhadap Brand Equity motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Perceived quality pada motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya penilaian konsumen terhadap motor Honda Revo sudah memiliki penilaian yang cukup baik. Persentase tertinggi terdapat pada indikator nilai fungsi sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Nilai Simbolis.
2. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Brand Loyalty pada motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya responden memiliki loyalitas terhadap merek yg cukup baik. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Behaviour Measure* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Measuring Commitment*.
3. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Brand Equity pada motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya motor Honda

Revo memiliki kekuatan merek yang cukup baik. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Relevansi* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Pengetahuan.

4. Hasil penelitian verivikatif menunjukkan bahwa :

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Quality pada produk motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Equity.

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Brand Loyalty pada produk motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Equity.

Dari pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan kontribusi yang kuat antara variabel Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktro lain yang tidak diamati didalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Perceived Quality dan Brand Loyalty terhadap Brand Equity motor Honda Revo Sinar Rejeki Lembang,yaitu sebagai berikut:

1. Pada Perceived Quality, leader di Honda Sinar Rejeki disarankan mengenalkan produk motor Honda Revo melalui influencer, dan menggunakan media elektronik dan internet lebih lebih banyak lagi
2. Pada Brand Loyalty, diharapkan sebaiknya leader dari Sinar Rejeki memberikan pentingnya produk tersebut dalam menunjang aktifitasnya sehingga akan tetap berkomitmen untuk menggunakan motor Honda Revo.

3. Pada Brand Equity, pemimpin dari diharapkan mengadakan event-event yang akan menambah keluasan daya tarik dari motor Honda Revo sehingga akan menambah kekuatan pada Brand itu sendiri.
4. Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti Perceived quality dan Brand Loyalty yang mempengaruhi Brand Equity. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi brand equity diantaranya adalah nilai, persepsi kepentingan serta faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi besar pada Brand Equity.