BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang dilakukan mengenai dampak *brand equity* terhadap keputusan pembelian diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai pelaksanaan *brand equity* yang dilakukan ANEKA JASA MOTOR Bandung pada Yamaha Jupiter mx adalah tinggi, hal tersebut terlihat dari dimana skor total dari tanggapan responden tentang *brand equity* adalah sebesar 4575, apabila kita lihat rentang skor Jawaban berada diantara 4080-5040 dengan kriteria tinggi. Hal ini membuktikan bahwa Pelaksanaan *brand equity* yang dilakukan oleh ANEKA JASA MOTOR dilakukan dengan baik. Adapun *brand equty* yang diteliti meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek.
2. Tanggapan responden tentang keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 1921, dimana apabila kita lihat dalam rentang Skor Jawaban dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen dalam membeli Yamaha Jupiter mx di ANEKA JASA MOTOR berada pada kategori tinggi. Karena sebagian besar respondennya menyatakan bahwa Yamaha Jupiter mx menjadi suatu alat transportasi yang baik di kelasnya, tingkat kebutuhan akan Yamaha Jupiter mx tinggi, mudahnya informasi tentang Yamaha Jupiter mx yang didapatkan dan kebersediaan responden untuk mencari informasi lebih lanjut tinggi

Yamaha Jupiter mx sebagai alternatif pilihan dalam berkendara sepeda motor tinggi, responden cukup yakin dengan keputusannya membeli Yamaha Jupiter mx , dan responden mengatakan puas setelah menggunakan Yamaha Jupiter mx , bahkan mereka bersedia merekomendasikan Yamaha Jupiter mx kepada orang terdekatnya.

3. Dampak *brand equity* terhadap keputusan pembelian dalam membeli Yamaha Jupiter mx pada ANEKA JASA MOTOR berdasarkan pada perhitungan korelasi pearson adalah sebesar 0.967, berarti bahwa antara variabel *brand equity* (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) mempunyai pengaruh yang cukup kuat dan searah, ini juga berarti apabila *brand equity* sangat kuat maka akan semakin tinggi keputusan pembelian Yamaha Jupiter mx pada ANEKA JASA MOTOR. Dari hasil perhitungan statistik, diperoleh koefisien determinasi sebesar 93,49% yang artinya bahwa besarnya dampak *brand equity* terhadap keputusan pembelian dalam membeli Yamaha Jupiter mx pada ANEKA JASA MOTOR adalah sebesar 93,49% ,Maka Hipotesis yang diajukan penulis, yaitu :**"*Brand Equity* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian."**Dapat diterima.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang diolah oleh penulis, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan

bagi perusahaan dalam memecahkan masalah mengenai *brand equity*. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan kesetiaan merek terhadap konsumen Yamaha Jupiter mx dengan memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada. Berdasarkan hasil tanggapan responden, terdapat respon negatif terhadap Yamaha Jupiter mx seperti dari. Maka dari itu penulis menyarankan untuk meningkatkan lagi keunggulan-keunggulan yang dimiliki dengan terus melakukan inovasi-inovasi untuk perkembangan dan kesempurnaan produknya di masa yang mendatang. Sehingga diharapkan dapat lebih menarik minat konsumen.
2. ANEKA JASA MOTOR hendaknya dapat lebih memperhatikan lagi selera dari para konsumen dengan mengikuti *trend* yang sedang terjadi dan menerima saran dan masukan untuk kesempurnaan produknya.
3. Walaupun *Brand Equity* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian pada ANEKA JASA MOTOR untuk Yamaha Jupiter mx tetapi harus ditingkatkan lagi proses *brand equity* pada Yamaha Jupiter mx agar dapat meningkatkan kembali keputusan pembelian yang ada itu bertambah lagi, dan Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan pelayanan pasca penjualan seperti dengan memberikan hadiah atau undian dan lainnya supaya konsumen puas.sehingga keputusan pembelian terus meningkat.