BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan merek pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk kepercayaan merek adalah sebesar 72,54% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, kepercayaan merek berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan merek pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung sudah baik.
2. Loyalitas merek pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk loyalitas merek adalah sebesar 75,51% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, loyalitas merek berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas merek pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung sudah baik.
3. Ekuitas merek pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk ekuitas merek adalah sebesar 74,33% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, ekuitas merek berada pada tingkat baik. Hal ini

mengindikasikan bahwa ekuitas kerja pada Boutiqe Distro Gee Eight Bandung sudah baik.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang besar antara kepercayaan merek (X1) dan loyalitas merek (X2) terhadap ekuitas merek (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung (4,134) > t tabel (1,985) dan Fhitung (23,489) > Ftabel (3,833) yang artinya, secara parsial dan simultan kepercayaan merek (X1) dan loyalitas merek (X2) mempunyai pengaruh terhadap ekuitas merek (Y). Besarnya pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek adalah sebesar 32,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk Boutiqe Distro Gee Eight Bandung, yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mencari variabel lain yang mempengaruhi ekuitas merek selain kepercayaan merek dan loyalitas merek.
2. Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian untuk kepercayaan merek, loyalitas merek dan ekuitas merek sudah berada dalam kategori baik, maka sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan kepercayaan merek dan loyalitas merek agar ekuitas mereknya pun makin meningkat.