

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka temuan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Loyalitas Merek mempunyai pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap ekuitas merek *handphone* Samsung.
2. Kualitas Yang Dirasakan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap ekuitas merek *handphone* Samsung.
3. Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap ekuitas merek *handphone* Samsung.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Responden yang kurang serius dalam menanggapi pertanyaan kuesioner yang penelitian yang disajikan.
2. Adanya beberapa responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dengan beralasan tidak ada waktu.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini yang telah diuraikan di atas, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan *Handphone* Samsung

Kualitas yang dirasakan terhadap ekuitas merek memiliki pengaruh positif yang signifikan. Hal ini terjadi karena *handphone* dengan merek Samsung telah memberikan hasil yang diinginkan oleh pengguna *handphone* Samsung sehingga pengguna *handphone* Samsung menjadi lebih puas ketika menggunakannya. Saran untuk perusahaan *handphone* Samsung adalah tetap meningkatkan kualitas produknya agar dapat memuaskan penggunaannya dengan cara meningkatkan kualitas *future* produk ke arah yang lebih baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Peneliti sebaiknya menambahkan variabel bebas seperti asosiasi merek, citra merek, yang belum digunakan dalam penelitian ini serta seharusnya penelitian selanjutnya menggunakan teknik analisis yang berbeda misalkan teknik analisis *SEM*.
- b. Peneliti harus lebih peka terhadap responden pada saat penyebaran kuesioner yaitu dengan memberikan arahan pada saat pengisian kuesioner agar kuesioner dapat terisi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta : Salemba 4.
- Aaker David A. 2015. *Aaker On Branding : 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand* (edisi terjemahan oleh Eta Sitepoe). Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Subramaniam, Archana, Al Mamun Abdullah, Permarupan P. Yukthamarani & Zainol Binti Noor Raihani. 24 Juni 2014. “ Effects of Brand Loyalty, Image and Quality on Brand Equity : A Study among Bank Islam Consumers in Kelantan, Malaysia”. *Canadian Center of Science and Education* Vol 10.Pp 1-7
- Ahmad, Farah, dan Sherwani, Najeeb U. K. 28 Maret 2015. “An Empirical Study on the effect of Brand Equity of Mobile phones on Customer satisfaction”. *International Journal of Marketing*. Pp 59-69.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles Of Marketing*, Global Edition, Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey : Pearson Pretince Hall Published.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*, 15th .Pearson Edition, Inc
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012 Jakarta. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Erlangga : Jakarta.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga : Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ramli, Othman, dan Salleh 2015.”Perceived Quality and Loyalty Towards PubHEI’s of Internasional Students in Malaysia’s Understanding the Role

of Emotional Attachment as a Mediator” *Internasional Journal of Administration*.

Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi 8. Jakarta : Salemba Empat.

Supranto J. 2016. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Dua, Sonu, Chahal, Ramandeep, Sharma, Arandhana.2013.”Interrelationship of Aaker customers based brand equity dimensions: offering a model to banking sector” *Asian Journal Of Management Research* Vol 4. Pp 1-11

P,Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Tabachnik, Barbara G. Dan Linda S. Fidel. 2013. *Using Multivariate Stastics, Sixth Education*. Boston : Pearson Education, Inc.

Teens Index *Top Brand Award* kategori *IT* 2014 di Indonesia (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2014 diakses pada 11 november 2017 jam 08:53)

Teens Index *Top Brand Award* kategori *IT* 2015 di Indonesia (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2015 diakses pada 11 november 2017 jam 08:54)

Teens Index *Top Brand Award* kategori *IT* 2016 di Indonesia (Online), (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2016 diakses pada 11 november 2017 jam 08:56)

Teens Index *Top Brand Award* kategori *IT* 2017 di Indonesia (Online),(http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2017 diakses pada 11 november 2017 jam 09:53)