

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penganalisisan pada bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Ekuitas merek yang terdiri dari *brand awareness, perceived quality, brand association dan brand loyalty* berada pada kategori yang tinggi, adapun skor tertinggi yakni *brand awardness*. Hal ini menggambarkan pengetahuan responden terhadap iphone sangat baik, dari hal ciri fisik, keunggulan dan kekurangan iphone.
2. Keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, merek, jalur distribusi, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran berada pada kategori yang tinggi, adapun skor tertinggi yakni keputusan pembelian berdasarkan merek. Hal ini menggambarkan kebanyakan responden melakukan pembelian terhadap produk iphone karena adanya kekuatan pada merek iphone seperti iphone simbol smartphone berkualitas, iphone menaikkan kepercayaan diri para usernya.
3. ekuitas merek yang terdiri dari *brand awardness, perceived quality, brand association dan brand loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, penentuan jalur distribusi, penentuan jumlah pembelian, penentuan waktu pembelian dan metode pembayaran.

B. Saran

Dengan berbagai kekurangan yang masih terdapat dalam penelitian ini, maka masih perlu dilakukan tindakan penyempurnaan untuk penelitian berikutnya. Hal yang perlu dilakukan adalah :

1. Iphone harus mempertahankan asosiasi mereknya, karena pada saat ini teknologi terus berkembang pesat sehingga persaingan didunia teknologi semakin ketat, khususnya pada produk smartphone yang saat ini telah banyak muncul pesaing yang mulai menciptakan citra merek nya di benak

konsumen. Salah satu cara yaitu dengan menambahkan persepsi nilai yang positif kepada konsumen, contohnya dengan menambahkan fitur-fitur yang dibutuhkan konsumen.

2. Apple hendaknya menggunakan duta (brand ambassador) dari tokoh terkenal untuk lebih menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk iPhone.
3. Penelitian selanjutnya agar dikembangkan dengan membandingkan jenis produk lain seperti, Blackberry, android, windows dll.
4. Untuk penelitian selanjutnya, hendaknya meneliti faktor lainnya, seperti perilaku konsumen, minat beli konsumen, serta strategi pemasaran.