

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh persepsi kualitas (*perceived quality*) dan kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap ekuitas merek (*brand equity*) konsumen sepeda motor skutik Yamaha, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian statistik uji-F, secara simultan (bersama-sama) variabel persepsi kualitas (*perceived quality*) (X1) dan kesadaran merek (*brand awareness*) (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel ekuitas merek (*brand equity*) sepeda motor skutik Yamaha. Nilai F hitung sebesar 35,329 dengan signifikansi 0,000.
2. Berdasarkan pengujian statistik uji-t, variabel persepsi kualitas (*perceived quality*) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap ekuitas merek (*brand equity*) sepeda motor skutik Yamaha daripada kesadaran merek (*brand awareness*). Nilai t hitung sebesar 8,390 dengan taraf signifikansi 0,000.
3. Berdasarkan pengujian statistik uji-t, variabel kesadaran merek (*brand awareness*) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap ekuitas merek (*brand equity*) sepeda motor skutik Yamaha. Nilai t hitung sebesar 1,317 dengan taraf signifikansi 0,190.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan penelitian, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### 1. Konsumen

Konsumen skutik Yamaha di daerah Gresik kota agar lebih jeli dan teliti dalam memberikan keseluruhan penilaiannya terhadap sepeda motor skutik Yamaha. Ha ini dikarenakan semakin banyak variasi produk sejenis yang diproduksi perusahaan pesaing, yang memiliki kualitas dan keunggulan hampir sama.

### 2. PT. Yamaha Motor

PT. Yamaha Motor sebaiknya melakukan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan persepsi kualitas (*perceived quality*) konsumen terhadap merek sepeda motor skutik Yamaha. Upaya tersebut bisa dilakukan dengan selalu melakukan penelitian (riset) mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas produk sebelum mengeluarkan produk baru. Persepsi konsumen terhadap kualitas merek sangat penting dilakukan karena persepsi kualitas (*perceived quality*) menjadi faktor dominan dan signifikan yang mempengaruhi ekuitas merek (*brand equity*) baik secara simultan maupun parsial (nilai regresi 35,329 dan 8,390 dengan signifikansi sebesar 0,000) yang pada akhirnya akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

### 3. Dealer-dealer resmi Yamaha di wilayah Gresik kota

Dealer-dealer resmi Yamaha di wilayah Gresik kota agar terus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen di wilayah Gresik kota, dengan melakukan upaya antara lain : mempertahankan dan meningkatkan *brand feeling* (perasaan terhadap merek) konsumen yang merasa bangga mengendarai sepeda motor skutik Yamaha, memanfaatkan pengetahuan konsumen mengenai Yamaha sebagai merek pelopor sepeda motor skutik dalam promosi, terus menunjukkan keunggulan skutik Yamaha daripada merek lain seperti model menarik, banyak pilihan warna, desain inovatif, harga terjangkau, ekonomis, dan cocok untuk pria dan wanita dalam promosi.

### 4. Peneliti berikutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan. Keterbatasan ini diharapkan dapat dijadikan referensi sekaligus saran untuk melakukan perbaikan pada penelitian mendatang. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya memfokuskan pada kajian mengenai dua variabel yang mempengaruhi variabel ekuitas merek (*brand equity*) yaitu persepsi kualitas (*perceived quality*) dan kesadaran merek (*brand awareness*). Dimana variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 30,4% variasi variabel ekuitas merek (*brand equity*). Penelitian ini

belum memasukan variabel lain yang mungkin bisa mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

- b. Penelitian ini hanya memfokuskan pada konsumen skutik Yamaha di wilayah Gresik kota. Penelitian berikutnya diharapkan dapat dilaksanakan pada populasi yang lebih luas atau di wilayah-wilayah yang merupakan basis konsumen skutik Yamaha, agar lebih menggambarkan tingkat ekuitas merek (*brand equity*) konsumen.
- c. Penelitian ini hanya meninjau pada sudut pandang merek skutik Yamaha. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek sepeda motor skutik pesaing Yamaha, sehingga dapat dibandingkan antara tingkat ekuitas merek skutik Yamaha dengan merek kompetitor.