

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand awareness* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity* Semen Gresik di Kecamatan Kebomas.
2. *Perceived quality* ( $X_2$ ) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *brand equity* Semen Gresik di Kecamatan Kebomas.
3. *Brand Loyalty* ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity* Semen Gresik di Kecamatan Kebomas.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi peneliti dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Perusahaan harus memperkuat *brand equity* untuk memenangkan persaingan pasar Semen Gresik di Kecamatan Kebomas. Untuk meningkatkan *brand equity* dapat dilakukan dengan meningkatkan *brand awareness*, dan *brand loyalty* seperti sebagai berikut ini :

- a. *Brand awareness* dapat ditingkatkan dengan cara memperkuat ingatan konsumen terhadap merek Semen Gresik menjadi merek yang paling

dikenal menjadi merek utama dalam benak pelanggan, pengenalan merek dapat dilakukan melalui media massa (iklan televisi) atau media online.

- b. *Brand loyalty* dapat dilakukan dengan menjaga komitmen suatu produk sehingga pelanggan tidak akan beralih ke merek pesaing meskipun merek Semen Gresik tidak tersedia. Semakin loyal konsumen tersebut untuk bertahan pada satu merek dan hal tersebut dapat memperluas pangsa pasar Semen Gresik diantara merek semen lainnya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan selanjutnya dapat menggunakan teknis analisis yang berbeda seperti variabel *brand image*, *brand association*, dan *kesan kualitas* untuk mengetahui perbedaan analisis satu dengan model analisis PLS (*partial least square*) serta menambahkan variabel lainnya untuk meningkatkan nilai *Adjusted R Square* dan juga nilai alfabanya positif.