

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Aroma *Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji t (parsial) menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis pertama ditolak, artinya variabel kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada Aroma *Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi.
2. Hipotesis kedua diterima, artinya variabel asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Aroma *Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi.
3. Hipotesis ketiga diterima, artinya variabel persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Aroma *Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi.
4. Hipotesis keempat ditolak, artinya variabel loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada Aroma *Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian perusahaan *Aroma Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi disarankan untuk selalu meningkatkan nilai dari elemen ekuitas merek pada produknya dengan cara lebih berinovasi dalam menciptakan rasa dan menciptakan ciri khas produknya sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian responden.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek dan juga loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan disarankan untuk dapat melakukan promosi dan menciptakan produk dengan jenis dan varian yang beragam agar konsumen memiliki banyak pilihan ketika ingin membeli merek dari *Aroma Bakery & Cake Shop*.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain guna mengembangkan penelitian variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
4. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan *Aroma Bakery & Cake Shop* Kota Tebing Tinggi disarankan untuk dapat meningkatkan asosiasi mereknya dengan cara melakukan promosi sesuai dengan kualitas produknya.

5. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan kualitas produknya dengan cara menggunakan bahan baku yang berkualitas dan dapat bertahan lama.

