

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap ekuitas merek laptop Lenovo
2. Asosiasi merek tidak berpengaruh terhadap ekuitas merek laptop Lenovo
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap ekuitas merek laptop Lenovo
4. Loyalitas merek berpengaruh positif yang signifikan terhadap ekuitas merek laptop Lenovo

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Saran yang dapat saya berikan kepada perusahaan laptop Lenovo, untuk selalu meningkatkan inovasi dari laptop Lenovo tersebut agar meningkatnya asosiasi dan

kesadaran konsumen terhadap laptop merek Lenovo. Karena berdasarkan hasil penelitian saya menyatakan bahwa kesadaran merek dan asosiasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek. Maka dari itu semakin meningkatnya asosiasi dan kesadaran merek, maka ekuitas merek pada laptop Lenovo juga akan semakin meningkat.

- b. Perusahaan harus gencar melakukan pendekatan –pendekatan guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, tingkat persepsi kualitas produk yang dihasilkan perusahaan mempengaruhi tingkat persepsi kualitas produk di mata konsumen. Peningkatan kualitas sangat penting tidak hanya dengan merek yang sudah ada tetapi juga dengan melakukan inovasi-inovasi yang menjadi minat dan kebutuhan konsumen.
- c. Perusahaan laptop lenovo perlu memfokuskan pemasarannya untuk mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek laptop lenovo. Menjalin kedekatan dengan pelanggan serta menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan sangat perlu dilakukan oleh perusahaan agar loyalitas konsumen terhadap laptop lenovo selalu dapat dipertahankan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Masih terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi ekuitas merek laptop Lenovo yang tidak di gunakan dalam penelitian ini.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.