

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian dilapangan dan setelah diolah tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan atau bersama-sama kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian mie Sedaap.
2. Secara parsial kesadaran merek, asosiasi merek dan persepsi kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mie Sedaap. Sedangkan loyalitas merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mie Sedaap.
3. Dari variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian mie Sedaap adalah variabel persepsi kualitas.

#### 5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan mie Sedaap sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan dalam upaya peningkatan jumlah konsumen dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

- a. Ekuitas merek adalah asset yang keberadaanya tidak berwujud tetapi cukup berpengaruh pada laba yang diperoleh oleh perusahaan maka penelitian seperti ini harus menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan perusahaan.
- b. Mie Sedaap memiliki ekuitas merek yang kuat, tetapi perlu diingat bahwa mie Sedaap masih sebagai pemegang pasar mie instan yang kedua di Indonesia sehingga perlu adanya peningkatan inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan daya saing.
- c. Beberapa hal yang harus dijadikan pertimbangan oleh perusahaan mie Sedaap adalah perhatian terhadap variabel loyalitas merek yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produknya.
- d. Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan alat analisis lainnya sehingga bisa menyempurnakan hasil penelitian ini. Selain itu penyertaan variabel agar diperbanyak sehingga didapatkan data yang lebih lengkap.