

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh ekuitas merek (*brand equity*) terhadap keputusan pembelian produk Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Brand Equity Product Agriseta* yang meliputi *Brand awareness* (Kesadaran merek) (X_1), *Brand association* (Asosiasi merek) (X_2), *Brand loyalitas* (Loyalitas merek) (X_3), dan *Perceived quality* (Persepsi kualitas) (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang.
2. Variabel *Brand Equity Product Agriseta* yang meliputi *Brand awareness* (Kesadaran merek) (x_1), *Brand association* (Asosiasi merek) (x_2), *Brand loyalitas* (Loyalitas merek) (x_3), dan *Perceived quality* (Persepsi kualitas) (x_4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang.
3. Variabel *Perceived quality* (Persepsi kualitas) (X_4) berpengaruh dominan terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang

5.2 Saran

Saran-saran yang di ajukan sebagai bahan pertimbangan oleh industry sebagai pemegang hak otoritas pengambil kepercayaan dan kebijakan yakni produk Agriseta dalam upaya peningkatan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Ekuitas merek (*brand equity*) produksi Agriseta walaupun variebel keseluruhan mempunyai pengaruh signifikan, bukan berarti bisa dijadikan landasan bahwa efektifitas baik. Maka harus terus konsisten, menjaga dengan baik, meningkatkan kualitas produknya dan membuktikan yang benar - benar terbaik. Supaya konsumen tetap merasakan ekuitas merek.
2. Ekuitas merek telah disadari bahwa merek benar – benar memiliki nilai yang berharga, dan merek sangat menguntungkan karena, memberikan gambaran yang sebenarnya dari nilai yang dimiliki oleh di Laboratorium Home Agroindustri Model. Menjadikan sebagai pertimbangan dalam mengambil kebijakan, Ekuitas merek Agriseta secara keseluruhan adalah kuat tetapi mengingat persaingan dengan produk lain yang begitu ketat yang terus inovatif dan dinamis maka, produk Agriseta sebagai produk baru yang masih belum terkenal dan luar dipasar. Harus hati-hati dan terus meningkatkan kualitas produk-produknya.
3. Pada dasarnya sebuah usaha harus dimulai dari yang kecil, adanya kendala – kendala hanya sebagai masalah yang harus dicari solusinya dan jangan menyerah serta berusaha dengan sebaik mungkin.