

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang menganalisis tentang pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen pada PT. Kasih Karunia Sejati Malang telah memperoleh beberapa temuan yakni :

1. Koefisien Determinasi menunjukkan nilai koefisien korelasi ganda (*Multiple R*) sebesar 0.936 yang menyatakan besarnya derajat keeratan hubungan antara loyalitas konsumen (Y) produk EMBA pada PT. Kasih Karunia Sejati dengan unsur-unsur ekuitas merek produk yang terdiri atas kesadaran merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), asosiasi merek ( $X_3$ ), loyalitas merek ( $X_4$ ) mencapai 0.936 serta adanya hubungan yang sangat kuat diantara indikator unsur-unsur ekuitas merek produk tersebut dengan loyalitas konsumen dalam membeli produk EMBA tersebut.

2. Dari hasil uji F ( uji serempak ) nampak bahwa nilai probabilitas  $F < 0,05$  hipotesis yang dilakukan dengan uji F yaitu pengujian secara serentak (*simultan*) diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 62.142 dengan nilai signifikansi (0.000) yang jauh lebih kecil dari alpha 0.05, sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari unsur-unsur ekuitas merek produk yang terdiri atas kesadaran merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), asosiasi merek ( $X_3$ ), loyalitas merek ( $X_4$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) produk EMBA pada PT. Kasih Karunia Sejati. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keragaman dari loyalitas konsumen (Y) produk EMBA

pada PT. Kasih Karunia Sejati ditentukan oleh adanya unsur-unsur ekuitas merek produk dalam persamaan regresi  $Y = 6.353 + 0.180 X_1 + 0.127 X_2 + 0.115 X_3 + 0.244 X_4$ .

3. Dari Uji Parsial ( uji t ) kesimpulan yang didapatkan dari Uji Parsial adalah bahwa kesadaran merek ( $X_1$ ), kesan kualitas ( $X_2$ ), asosiasi merek ( $X_3$ ), loyalitas merek ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen (Y) produk EMBA pada PT. Kasih Karunia Sejati.

4. Berdasarkan sumbangan efektif , maka dinyatakan bahwa loyalitas merek ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh paling dominan yang ditunjukkan oleh nilai beta terbesar yaitu 0.390 dengan sumbangan efektif terbesar yakni 34,34 %

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan bagi perusahaan PT. Kasih Karunia Sejati untuk terus meningkatkan kualitas mutu produk Emba dengan menggunakan konsep ekuitas merek sehingga diharapkan produk Emba dapat bertahan dalam persaingan produk pakaian jadi yang ada.

2. Dengan adanya penelitian ini lembaga pendidikan Universitas Katolik Widya Karya, khususnya bagi mahasiswa dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan/rujukan untuk penelitian lebih lanjut terutama mengenai faktor lain diluar unsur merek misalnya tentang kualitas produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A, David 1990 . Strategi Membangun Merek, Spektrum Mitra utama Jakarta
- Aaker, A, David 1996. *Building Strong Brands*. New York: Free Press
- Aaker,A, David.1997. *Manajemen Ekuitas Merek*, Spektrum Mitra Utama Jakarta
- Arikuto Suharsimi.1998 . *Prosedur Suatu Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek.*. PT. Rineka Cipta Jakarta
- Algifari. 1997. *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Dajan, A. 1995. *Pengantar Metode Statistik*. Jilid I. Pustaka LP3ES Indonesia Jakarta
- Fool, Sri Fransiska Mariatha.2006. *Analisis Pengaruh Variabel Psikologis Terhadap Keputusan Membeli produk Ponsel Merek Nokia*. Unika Widya Karya Malang
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 1. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasson, Bruno. 2008 . *Fashion Branding: 7 Jurusan Sukses Branding Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kurnia, Ahmad. 2008. *Joger Sukses Melawan Arus*. www. Google. com
- Rangkuti, Freddy.2004. *The Power Brands*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Santoso, S. 2003. *Buku Statistik Multivariat*. Penerbit PT Elex Media Komputindo Jakarta
- Santoso,S. 2004. *Buku Statistik Parametrik*. Cetakan keempat. Jakarta:Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Steel, R.G.D and Torrie, J.H.1995. *Principles and Procedures of statistics, alih bahasa: Bambang sumantri (IPB)*. Cetakan keempat, Penerbit Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Sutarso, Yudi. 2007. *Manajemen Pemasaran* . www. Google. com

Utama, Hasan. 2008. *Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan merek, loyalitas merek dan ekuitas merek: suatu telaah pada air minum dalam kemasan merek Aqua*. Deskripsi Dokumen <http://www.digilip.ui.edu/opac/libri2/detail.jsp?id=19801&lokasi=local>

Wijaya. 2001. *Analisis Statistik dengan program SPSS 10.0*, Bandung:Penerbit Alfabeta

Wijaya, Frengky. *Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha MIO*. Unika Widya Karya Malang

