

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SmartPLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Ekuitas Merek dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan memiliki kontribusi terhadap ekuitas merek shopee di Desa Kampungbaru, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Semakin tinggi kesan kepuasan pelanggan, maka akan meningkatkan tingkat ekuitas merek.
2. Loyalitas Pelanggan memiliki kontribusi terhadap ekuitas merek shopee di Desa Kampungbaru, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Semakin tinggi kesan loyalitas pelanggan, maka akan meningkatkan tingkat ekuitas merek.

5.2 Saran

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan guna perkembangan ilmu pengetahuan, terlebih lagi perusahaan dalam meningkatkan Ekuitas Merek. Maka, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan yaitu :

1. berdasarkan loading factor tertinggi pada variabel Kepuasan Pelanggan yakni kesesuaian harapan dapat diandalkan, maka :
 - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dari faktor – faktor yang dapat meningkatkan kesesuaian harapan para konsumen melalui kualitas pelayanan, penetapan harga, pengalaman belanja yang menyenangkan dan testimony dari orang lain.
 - b. Sangat penting bagi perusahaan untuk menganalisa kesesuaian harapan konsumen pada aplikasi shopee, agar perusahaan terus berbenah

menjadi semakin baik dan tidak tertinggal oleh pesaing-pesaing lainnya. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini.

2. Berdasarkan loading factor tertinggi pada variabel Loyalitas Pelanggan yakni mereferensiasikan kepada orang lain dapat diandalkan, maka :
 - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dari faktor-faktor yang dapat meningkatkan referensi kepada orang lain melalui pengalaman belanja yang menyenangkan, banyak diskon dll.
 - b. Sangat penting bagi perusahaan untuk menganalisis mereferensiasikan kepada orang lain pada suatu produk tertentu agar tercipta sebuah pelanggan yang loyal kepada shopee dan menjadi aplikasi yang dapat direkomendasikan oleh konsumen lain. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini.
3. Berdasarkan loading factor tertinggi pada variabel Ekuitas Merek yakni *Brand Awareness* (kesadaran merek) dapat diandalkan, maka :
 - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dari faktor-faktor kesadaran merek terhadap ekuitas merek, seperti pengenalan merek, pengingatan kembali terhadap merek dll.
 - b. Sangat penting bagi perusahaan untuk menganalisis kesadaran merek agar tercipta ekuitas merek yang semakin kuat dan baik.

Oleh karena itu loyalitas pelanggan menjadi variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap ekuitas merek. Maka diharapkan perusahaan mampu

mempertahankan loyalitas pelanggan agar konsumen selalu melakukan transaksi penjualan dan pembelian pada aplikasi shopee karena adanya kepuasan konsumen yang tercipta.