

Bab 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian dapat memberikan sebuah kesimpulan yang nantinya dapat dijadikan sebagai acuan terkait data yang diteliti yaitu:

1. Variabel citra merek dan loyalitas merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek produk iPhone di iBox Indonesia. Hal ini memberikan penjelasan bahwa citra merek yang menggambarkan citra atau pandangan konsumen terhadap suatu produk dan sebuah loyalitas dari konsumen dapat saling memberikan pengaruh terhadap ekuitas merek yang dimana dapat menaikkan nilai dari suatu produk berkat pandangan positif serta kepercayaan konsumen.
2. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek pada produk iPhone di iBox Indonesia. Secara parsial, citra merek dapat membuktikan bahwa dari pandangan positif suatu konsumen terhadap suatu produk, dapat menaikkan nilai-nilai dari merek yang dikenali. Hal ini dapat berdampak pada kemajuan perusahaan serta persaingan antar perusahaan.
3. Variabel loyalitas merek tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap ekuitas merek pada produk iPhone di iBox Indonesia. Pernyataan ini menunjukkan bahwa sebuah loyalitas atau yang bisa disebut seberapa loyal seorang konsumen terhadap produk yang dimilikinya belum tentu menaikkan nilai-nilai dari sebuah ekuitas merek.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dipaparkan, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan ekuitas merek produk iPhone di iBox Indonesia:

1. Produk iPhone, Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, Apple sebaiknya lebih memprioritaskan upaya untuk membangun dan memperkuat loyalitas merek iPhone. Dengan demikian, konsumen akan lebih setia pada produk iPhone dan bersedia untuk terus menggunakannya dalam jangka waktu yang lama.
2. iBox Indonesia, dari hasil penelitian ini peneliti ingin memberikan saran atas hasil penelitian yang disampaikan yaitu bahwasannya perlu ada nya strategi dan komunikasi positif terhadap konsumen ataupun calon konsumen terkait produk iPhone. Walaupun loyalitas merek dirasa kurang memberikan pengaruh terhadap ekuitas merek, secara citra merek; iPhone mendapatkan pandangan baik dari konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain dapat memberikan dampak besar terhadap sebuah ekuitas merek.