

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang pengaruh ekuitas merek, harga dan iklan terhadap loyalitas merek pada pelanggan mobil KIA di Kota Batam (studi kasus pada PT Idola Mobil), peneliti akan menyimpulkan hal penting dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada pelanggan mobil KIA di Kota Batam.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada pelanggan mobil KIA di Kota Batam.
3. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada pelanggan mobil KIA di Kota Batam.
4. Ekuitas merek, harga dan iklan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada pelanggan mobil KIA di Kota Batam.

1.2. Saran

Penelitian ini sudah dilakukan oleh peneliti dengan terencana dan segala upaya yang dimiliki peneliti agar mendapatkan hasil yang maksimal, namun peneliti menyadari masih banyak keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Untuk perbaikan penelitian di masa depan yang lebih baik, berikut ini ada beberapa hal

yang dapat dijadikan sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Demi untuk meningkatkan tingkat penjualan dan tetap terjaganya loyalitas merek para pelanggan, maka perusahaan diharapkan mampu menciptakan startegi penjualan baru dan terus meningkatkan ekuitas merek dari produk yang dijual, serta menentukan harga jual yang dapat bersaing.
2. Untuk peneliti yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi, sebaiknya perlu mempertimbangkan objek penelitian dengan cakupan yang lebih luas.
3. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar peneliti memasukkan semua faktor-faktor yang mempengaruhi yang belum digunakan dalam penelitian ini, seperti usia pemakaian dari kendaraan, gaya hidup para pelanggan, serta status sosial para pelanggan, dan faktor lain yang mungkin tidak terpikirkan oleh peneliti.