

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh *brand awareness* dan *brand trust* terhadap kepuasan konsumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian deskriptif dapat disimpulkan bahwa *brand awareness* dan *brand trust* termasuk dalam klasifikasi penilaian tinggi. Berdasarkan rentang skor, penilaian tersebut berada pada interval 3,41 - 4,20 .
2. *Brand awareness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Daya Anugrah Mandiri Pangkalpinang. Hal ini berarti *brand awareness* mempunyai peranan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
3. *Brand trust* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Daya Anugrah Mandiri Pangkalpinang. Hal ini berarti *brand trust* mempunyai peranan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *brand awareness* dan *brand trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Daya Anugrah Mandiri Pangkalpinang.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Saran Untuk Perusahaan

- a. Ditinjau dari hasil penelitian mengenai variabel *brand awareness* yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dapat diketahui bahwa responden sudah cukup baik dalam mengidentifikasi keberadaan merek pada ingatan konsumen

mengenai sepeda motor merek Honda . Dilihat dari persepsi responden, diketahui bahwa posisi merek dalam ingatan konsumen berperan penting dan mempunyai pengaruh besar terhadap keberadaan merek pada ingatan konsumen. Dengan dilandasi hal tersebut, maka saran yang dapat diberikan adalah agar pihak kepada PT. Daya Anugrah Mandiri Pangkalpinang dapat melakukan peningkatan dalam menanamkan posisi merek dalam ingatan konsumen, yaitu dengan sering menampilkan iklan, pengenalan produk ke masyarakat dan lain-lain, sehingga lebih diketahui oleh masyarakat, dan serta untuk selalu melakukan inovasi agar memiliki model yang bagus dan simple. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembelian sepeda motor Honda di PT. Daya Anugrah Mandiri Pangkalpinang.

- b. Ditinjau dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust* atau kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin meningkatkan kepuasan konsumen, hal-hal yang perlu dilakukan kaitannya dengan kepercayaan merek antara lain sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas produknya dengan selalu memproduksi produk sepeda motor yang semakin baik kualitasnya, melakukan peningkatan dalam hal desain dan inovasi produknya agar konsumen semakin percaya terhadap sepeda motor merek Honda, serta selalu memberikan respon yang baik terhadap keluhan konsumen, dan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen.
2. Bagi penelitian selanjutnya,
 - a. Hendaknya instrument penelitian bisa lebih diperdalam lagi sehingga kemampuan mengukurnya semakin baik.

- b. Selain itu disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda dengan peneliti, atau dapat juga menambahkan variabel-variabel baru terkait merek ke dalam penelitian.

