

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel H_1 setelah dilakukan nya uji hipotesis dapat ditemukan bahwa *brand equity* berpengaruh secara positif yang ditunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,428 yang berarti 42,8 % variasi dari *brand equity* dapat di jelaskan oleh *word of mouth* pada variabel lain, pada tabel anova menunjukkan bahwa hasil nilai F_{hitung} sebesar 73,375 yang artinya lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,94 (73,375) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 di peroleh bahwa nilai Sig F lebih kecil dari 0,005(0,000<0,005) yang menyatakan bahwa H_1 diterima H_0 di tolak yang artinya varaiabel *brand equity* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *word of mouth* konsumen .
2. Sejalan dengan masalah kedua yaitu H_2 dan H_3 diperoleh nilai dari koefisien determinasi sebesar 0,428 atau 42,8 yang menunjukkan bahwa variasi dari minat beli yang di jelaskan oleh *brand equity* dan *word of mouth* konsumen, yang menyatakan H_1 diterima dan H_0 ditolak, sedangkan sisanya 88,2 % dapat di jelas oleh variabel lain. Pada tabel anova yang menunjukn hasil nilai F_{hitung} sebesar 114, 170 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 dengan tingkat signifikansi 0,000 diperoleh 0,05 hal ini di nyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 di tolak yang artiny *brand equity* dan *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk laptop Asus

3. Di dalam pengujian H₂ brand equity diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,580 hasil yang diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 dengan tingkat kesalahan 0,05 dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha < 0,005$ bahwa keputusan H₀ ditolak dan H_a diterima yang membuktikan ketika *brand equity* banyak dikenal maka minat untuk membelikan konsumen akan meningkat hasil pengujian hipotesis H₂ membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk laptop Asus

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang di peroleh, maka, saran yang dapat diberikan sebagai berikut;

Teoritis

1. Penelitian diharapkan untuk melakukan penelitian tentang topik yang sama tetapi dengan melakukan kajian dari permasalahan yang berbeda dengan menggunakan dimensi dan indikator indikator yang berbeda pula
2. Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang *brand equity*, *word of mouth* , terhadap minat beli konsumen dengan indikator yang lebih meluas lagi .

Praktis

Bagi subjek yang di teliti yaitu produk laptop Asus hendaknya perusahaan meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak mudah bosan yang akan menimbulkan ketidak puasan konsumen, selalu berinovasi untuk menciptakan kualitas yang baik guna meminimalisir ketidak puasan konsumen yang berdampak pada konsumen dan beralih pada produk lain, dan selalu *up date* terhadap perkembangan persaingan teknologi informasi agar mampu bersaing dengan produk lain.