

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan Yang didapat dari hasil penelitian “ Pengaruh Ekuitas Merek Brand Wardah Cosmetics Terhadap Keputusan Pembelian” menggunakan perhitungan SPSS versi 20 adalah sebagai Berikut :

1. Penelitian ini diperoleh dengan melakukan uji parsial (uji t) diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat Hubungan yang positif dan signifikan antara Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen Wardah Halal Cosmetics”
2. Berdasarkan hasil Uji koefisien determinasi, besarnya *R Square* adalah 0,574. Hasil perhitungan statistic ini berarti kemampuan variabel independen (Ekuitas Merek) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 57,4% sisanya 42,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa Terdapat Pengaruh yang Positif antara Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian dalam Indikator Penilaian menunjukkan mayoritas menjawab setuju terhadap keseluruhan indikator yaitu Brand Awareness , Brand Associations, Perceived Quality, Brand Loyalty .karena dengan adanya ekuitas merek yang dibentuk oleh wardah membuat pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian yang besar yang dilakukan oleh konsumen wardah. Hal ini juga didukung berdasarkan indikator keputusan pembelian yaitu perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan

(*desire*) dan tindakan (*action*) dimana mayoritas responden menjawab setuju terhadap semua indikator.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan saran diantaranya :

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran bagi akademis adalah lebih menggali tentang Ekuitas merek dari sebuah perusahaan dalam membentuk suatu ikatan dengan konsumen tentang bagaimana sebuah citra bisa mempengaruhi khalayak untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk dijadikan acuan pada penelitian yang memiliki tema serupa, untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen.