BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Seluruh variabel dari kesadaran merek, kesan kualitas merek, asosiasi merek, loyalitas merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen produk Qirani pada outlet Madina Collections Gedangan Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung (10.504) yang lebih besar dari F tabel untuk d(f) untuk n sebesar 70 (2,513), maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh signifikan secara simultan antara kesadaran merek, kesan kualitas merek, asosiasi merek, loyalitas merek terhadap keputusan menjadi agen dun sub-agen.
- 2. Secara parsial. Tidak semua variabel dari kesadaran merek, kesan kualitas merek, asosiasi merek, loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen. Dari kesadaran merek nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1,944 < 1997), maka Ho diterima, artinya secara persial tidak ada pengaruh signifikan antara kesadaran merek terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen produk Qirani pada Madina Collections di Gedangan Sidoarjo. Untuk kesan kualitas nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (-0,639 < 1,995), maka Ho diterima, artinya, secara persial tidak ada pengaruh signifikan antara kesan kualitas

terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen. Juga asosiasi merek nilai t hitungnya lebih kecil dari t tabel (1,440 < 1997), maka Ho diterima, artinya, secara persial tidak ada pengaruh signifikan antara asosiasi merek terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen pada produk Qirani pada Madina Collections di Gedangan Sidoarjo. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa hanya loyalitas merek, yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen produk Qirani pada Madina Collections di Gedangan Sidoarjo. Dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (1,997) yaitu 2,068 (loyalitas merek). Maka Ho ditolak, artinya secara persial ada pengaruh signifikan antara loyalitas merek terhadap keputusan menjadi agen dan sub-agen produk Qirani pada Madina Collections di Gedangan Sidoarjo.

3. Dari penelitian ini didapatkan persamaan regresi sebagai berikut: Y = 7,653 + 0,325X₁ - 0,171X₂ + 0,283X₃ + 0,361X₄ Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa ada satu variabel yang memiliki koefisien yang lebih besar dari yang lain. Yaitu variabel X₄ (loyalitas merek). Dan pembuktian dengan uji t juga menyebutkan bahwa variabel loyalitas merek memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan menjadi agen jika dibandingkan dengan variabel yang lain. Dengan empat jalan ini dapat disimpulkan bahwa variabel dari kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek yang paling dominan mempengaruhi keputusan menjadi agen dan sub-agen produk Qirani pada outlet Madina Collections di Gedangan Sidoarjo adalah

loyalitas merek dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,068 > 1,997).

B. Saran dan Rekomendasi

- 1. Salah satu tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai masukan bagi perusahaan dalam optimalisasi diri. Sebagai peneliti, penulis menyarankan kepada Madina Collections untuk lebih meningkatkan semua unsur ekuitas merek dalam produknya. Unsur yang dominan (loyalitas merek), yang bernilai positif tapi tidak dominan (kesadaran merek, kesan kualitas, dan asosiasi merek), dan tidak ada unsur yang bernilai negatif. Dengan optimalisasi seluruh unsur tersebut diharapkan keputusan menjadi agen produk Qirani pada outlet Madina Collections Gedangan Sidoarjo semakin meningkat.
- 2. Sebagai sebuah karya penelitian tentu tak luput dari kekurangan. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih menggunakan waktu penelitian dengan baik jika mengambil topik penelitian yang sejenis. Mulai dari terjun ke lapangan hingga penyusunan laporan, hendaknya lebih optimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Tidak bisa dipungkiri, peneliti merasa ada hal-hal yang kurang terkait dari proses total penelitian skripsinya. Kekurangan tersebut adalah penggunaan waktu penelitian yang tidak optimal sehingga mengakibatkan penentuan segala hal dalam penelitian menjadi kurang matang. Kesalahan tersebut hendaknya tidak diulang di kemudian hari oleh peneliti selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dianggap oleh peneliti sebagai penelitian yang kurang fokus, sehingga diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk lebih fokus.

