

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian Ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kecintaan Merek dan Keterikatan Merek terhadap Keterikatan Merek Apple Ipad. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan.

1. Dari hasil pengujian Analisis Regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel bebas Kecintaan Merek (X1) dan Personalitas Merek (X2) memberikan pengaruh positif terhadap variabel terikat Keterikatan Merek(Y).
2. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji t terhadap variabel Kecintaan Merek, dapat disimpulkan bahwa variabel Kecintaan Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Merek.
3. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji t terhadap variabel Keterikatan Merek, dapat disimpulkan bahwa Personalitas Merek (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keterikatan Merek.
4. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel Kecintaan Merek dan Personalitas Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Merek.

5.2 Implikasi Manejerial

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji menggunakan analisis regresi berganda, maka dapat dipastikan bahwa Kecintaan Merek dan personalitas Merek dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keterikatan Merek gadget Apple.

Hasil nilai koefisien determinasi atau R yang dijelaskan dengan nilai *R Square* sebesar 0.376 atau 37,6%. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa

variasi Keterikatan Merek dapat mampu dijelaskan oleh variasi dari variabel independen seperti Kecintaan Merek dan Personalitas Merek sebesar 37,6%. Sementara sisanya 62,4% dapat dijelaskan oleh faktor lain atau variabel-variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan diatas maka saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Apple harus terus mempertahankan nilai jual mereka sehingga dapat terus mempertahankan kecintaan para konsumen akan produk gadget dari Apple.
2. Perusahaan Apple sebagai sebuah produsen dari gadget sebaiknya terus meningkatkan personalitas merek mereka sehingga akan semakin meningkatkan keterikatan dari para konsumen. Membuat sebuah ciri khas dan terus berinovasi merupakan hal yang di butuhkan untuk semakin meningkatkan personalitas dari merek Apple tersebut.
3. Perusahaan Apple perlu mengadakan studi kasus di lapangan dan mempertimbangkan pendapat dari para konsumen baik pengguna baru maupun pengguna setia dari produk gadget Apple, sehingga mampu membandingkan kemajuan yang sudah dilakukan oleh perusahaan.