

BAB V

PENUTUP

Pada bab 5 ini peneliti menjelaskan mengenai kesimpulan yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh Aerostreet untuk meningkatkan dan mempertahankan *brand image* dan *brand trust* agar bisa meningkatkan nilai ekuitas dari Aerostreet. Di bab ini akan menjelaskan penjelasan penelitian yang sudah dilakukan dan menjelaskan keterbatasan penelitian, tidak hanya itu terdapat juga saran untuk perusahaan dan juga saran untuk penelitian yang akan dilakukan dengan variabel sama atau lainnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis dan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya yaitu Bab IV, peneliti akan merangkum kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* yang dibentuk oleh Aerostreet dapat memberikan dampak positif terhadap Ekuitas perusahaan tersebut sehingga dapat memperkuat daya saing terhadap kompetitor lawan, dapat terlihat dari hasil total skor untuk *brand image* memperoleh nilai sebesar 87,2%. Oleh karena itu *brand Image* yang dimiliki masuk kedalam kategori baik. Hal ini dapat memberikan penjelasan bahwa *brand image* pada merek sepatu Aerostreet sudah baik.
2. *Brand Trust* yang dibentuk oleh Aerostreet dapat memberikan dampak positif terhadap Ekuitas perusahaan tersebut, dapat terlihat dari hasil total skor untuk *brand trust* memperoleh nilai sebesar 84,4%. Oleh karena itu *brand trust* yang dimiliki masuk kedalam kategori dipercaya. Hal ini dapat memberikan penjelasan bahwa *brand trust* pada merek sepatu Aerostreet dipercaya oleh konsumennya.
3. Hasil pengujian yang dilakukan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* (X1) dan *brand trust* (X2) terhadap *brand*

equity (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung *brand image* sebesar 9,034 > t tabel (1,968) dan hasil t hitung *brand trust* sebesar 7,048 > t tabel (1,968) yang artinya secara parsial *brand image* dan *brand trust* mempunyai pengaruh terhadap *brand equity* sepatu merek Aerostreet.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, maka memiliki beberapa keterbatasan yang telah dirangkum sebagai berikut:

1. Adanya kendala yang terjadi pada saat memberikan *link* kuesioner *google form* dimana pada saat menghubungi pengikut Aerostreet terkadang tidak mendapatkan respons dan juga akun *Instagram* pengikut Aerostreet terkunci atau *privat* sehingga menghambat pengumpulan data.

5.3 Saran Penelitian Berikutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *brand equity* tidak hanya *brand image* dan *brand trust*.
2. Melihat dari hasil penelitian memperoleh kategori baik dan dipercaya dari setiap variabel yang ada dan diharapkan perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan hal tersebut sehingga dapat meningkatkan *brand equity* dari perusahaan tersebut.