

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan juga pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesadaran merek berpengaruh terhadap niat membeli konsumen air mineral aqua.
2. Kesadaran merek berpengaruh terhadap risiko yang dirasakan konsumen air mineral aqua.
3. Risiko yang dirasakan berpengaruh terhadap niat membeli konsumen air mineral aqua.
4. Kesadaran merek mempunyai pengaruh terhadap niat membeli melalui risiko yang dirasakan konsumen air mineral aqua.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, masih banyak keterbatasan dan kekurangan yang perlu untuk diperbaiki. Adapun beberapa saran penulis diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa nilai rata rata dari indikator risiko privasi dan risiko pengiriman mempunyai nilai yang rendah. Nilai ini menunjukkan bahwa risiko privasi dan risiko pengiriman sudah

cukup baik dikarenakan konsumen merasakan bahwa privasi mereka tidak terancam dan pengiriman produk sudah cukup baik.

Dengan ini diharapkan aqua dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi sistem keamanan pelanggan dengan cara mengevaluasi dan update secara berkala pada sistem layanan aduan pelanggan. Pada hal pengiriman produk dapat meningkatkan keamanan pengiriman barang dengan cara mengimplementasikan prosedur pengiriman barang yang jelas pada semua aspek pengiriman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Agar dapat menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi kesadaran merek seperti harga dan loyalitas pelanggan yang diharapkan dapat berpengaruh untuk meningkatkan kesadaran merek.
- b) Dapat penambahan responden agar penelitian mendapatkan hasil yang memuaskan.
- c) Dapat menambah item pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi