

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *perceived quality*, dan *brand awareness* terhadap *brand equity*. Jumlah responden yang diambil sebanyak 210 responden, dimana responden yang orang yang pernah menggunakan atau nasabah Bank BCA Syariah KCU Margonda. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan Regresi linear untuk pengujian instrumen . Setelah menganalisis data primer mengenai variabel-variabel penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel V.1
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>Standardized Total Effects</i>	<i>t-values</i>	Interpretasi
H1: Kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) berpengaruh terhadap ekuitas merek (<i>brand equity</i>)	8.54	8,12 > 1.97	Diterima
H2: Citra merek (<i>brand image</i>) berpengaruh terhadap ekuitas merek (<i>brand equity</i>)	0.35	8,06 > 1.97	Diterima
H3: Persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>) berpengaruh terhadap ekuitas merek (<i>brand equity</i>)	0.66	7,17 > 1.97	Diterima

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari hasil perhitungan tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hipotesis 1 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara kesadaran merek terhadap ekuitas merek. Hasil dari pengujian hipotesis 1 menyatakan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan

- pada ekuitas merek Bank BCA Syariah, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 1 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek signifikan pada ekuitas merek Bank BCA Syariah.
2. Hipotesis 2 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara Citra merek terhadap ekuitas merek. Hasil dari pengujian hipotesis 2 menyatakan bahwa Citra merek berpengaruh positif dan signifikan pada ekuitas merek Bank BCA Syariah, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 2 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel Citra merek berpengaruh signifikan pada ekuitas merek Bank BCA Syariah.
 3. Hipotesis 3 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara Persepsi kualitas terhadap ekuitas merek. Hasil dari pengujian hipotesis 3 menyatakan bahwa Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan pada ekuitas merek Bank BCA Syariah, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 3 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel Persepsi kualitas berpengaruh signifikan pada ekuitas merek Bank BCA Syariah.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nasabah Bank BCA Syariah adalah berjenis didominasi oleh perempuan dengan status sudah menikah. Rentang usia didominasi pada usia 25-30 tahun yang berstatus pegawai. Untuk jenis rekening yang digunakan didominasi Tahapan iB dengan 1 tahun lebih menjadi nasabah.

Hasil analisa yang menyatakan kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas berpengaruh terhadap ekuitas merek memiliki dampak meningkatkan aset dan kepercayaan merek yang berpengaruh terhadap nilai dari jasa.

Berdasarkan hasil analisis data menyatakan bahwa kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas berpengaruh terhadap ekuitas merek. Oleh karena itu, untuk meningkatkan ekuitas merek perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar merek Bank BCA Syariah semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.

Bank BCA Syariah merupakan anak bank dari salah satu bank besar swasta di Indonesia yaitu Bank BCA. Pada masa yang akan datang, diharapkan bank BCA mempunyai ekuitas merek yang sama dengan bank konvensional sehingga bank BCA menjadi salah satu bank syariah swasta terbaik di Indonesia.

5.3 Saran

5.3.1 Penelitian Selanjutnya

- 1) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda, misalnya tentang bank konvensional.
- 2) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambahkan variabel lain, seperti variabel kualitas, loyalitas ataupun kepuasan agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat ekuitas merek.
- 3) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan uji beda terhadap perusahaan pesaing yang memiliki sistem sama yaitu bank syariah.
- 4) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil responden dengan lokasi di daerah luar pulau jawa agar mengetahui seberapa kuat ekuitas merek Bank BCA Syariah di sana

5.3.2 Perusahaan Bank BCA Syariah

- 1) Bank BCA Syariah dapat menargetkan nasabah mahasiswa. Hal ini dilakukan agar dalam jangka waktu panjangnya ketika mereka bekerja Bank BCA Syariah menjadi penampung dana pendapatan mereka
- 2) Pentingnya fokus dalam pengembangan kemudahan transaksi seperti pembuatan aplikasi BCA Mobile milik Bank BCA konvensional dan sejenisnya agar menarik para pedagang atau pengusaha menggunakan Bank BCA syariah sebagai alat transaksi.
- 3) Bank BCA Syariah sangat berpeluang menjadi bank syariah nomor 1 di Indonesia. Perlunya peningkatan pemasaran dan kualitas pelayanan agar hal tersebut dapat terwujud.