

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Simpulan**

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan, hasil analisis dan pembahasan telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya mengenai *Brand Equity dan Customer Loyalty* Pada produsen SPBU Pertamina, serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Brand Awareness* pada kedua merek tersebut memiliki perbedaan dalam pengaruh ke *Customer Loyalty*, hal tersebut sejalan dengan fenomena yang ada sekarang.
2. *Brand Association* pada kedua merek tersebut memiliki perbedaan dalam pengaruh ke *Customer Loyalty*. Pada penelitian ini *Brand Association* Pertamina yang memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*.
3. *Perceived Quality* pada kedua merek tersebut memiliki perbedaan dalam pengaruh ke *Customer Loyalty*, yang dimana Pertamina tidak berpengaruh, hal ini sejalan dengan fenomena yang ada di masyarakat, yang menyatakan bahwa kualitas dari BBM Pertamina mengalami penurunan kualitas, dan pada akhirnya konsumen beralih kepada produk *competitor*.
4. *Brand Loyalty* pada kedua merek tersebut tidak memiliki perbedaan dalam pengaruh ke *Customer Loyalty*, dikarenakan dari kedua merek tersebut sudah memiliki pangsa pasarnya sendiri.

#### **V.2 Keterbatasan penelitian**

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap atau kepada hasil penelitian, diantaranya yaitu :

1. Terdapat beberapa SPBU yang tidak memberikan izin untuk menyebarkan kuesioner.
2. Terhambatnya mobilitas disaat pencarian responden dikarenakan adanya peraturan tidak diperbolehkan menggunakan ponsel di area SPBU

3. Adanya responden yang rata-rata usia diatas 50 tahun memiliki keterbatasan untuk menjawab dikarenakan tidak mengerti cara mengisinya sehingga ada beberapa yang dibantu untuk diisikan oleh anak dari yang bersangkutan atau dibantu diarahkan oleh penulis.

### **V.3 Saran**

Sesuai dari kesimpulan yang telah dibuat, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Pertamina untuk terus mempertahankannya kualitas dari produk BBM, agar mampu bersaing dan bertahan didalam persaingan SPBU.
2. Pertamina harus memperbaiki lagi kualitas dari aplikasi MyPertamina agar konsumen lebih mudah dalam membeli bensin di SPBU. Agar dapat meningkatkan *loyalitas* dari pelanggan.