

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### D. Kesimpulan

1. Hasil perhitungan memiliki nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,259. Artinya, Variabel independen *Brand Awareness* (X1), *Brand Personality* (X2), *Brand Culture* (X3) mempengaruhi *Brand Image* (Y) sebesar 25,9% sedang sisanya yaitu 74,1% dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini ( $74,1\% = 100\% - 25,9\%$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda layak dipakai untuk penelitian, karena sebagian besar variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model.
2. Pada pengujian ini besarnya F hitung sebesar 11,495. Nilai ini lebih besar dari F tabel 2,71 ( $11,495 > 2,71$ ), ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand awareness*, *brand personality*, dan *brand culture* terhadap *brand image* secara simultan pada International Optical
3. Pada pengujian ini besarnya t hitung sebesar 3,117. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,010 ( $3,117 > 2,010$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand awareness* terhadap *brand image* pada International Optical
4. Pada pengujian ini besarnya t hitung sebesar 2,574. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,010 ( $2,574 > 2,010$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$

- ditolak/ $H_0$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand personality* terhadap brand image pada International Optical
5. Pada pengujian ini besarnya  $t$  hitung sebesar 2,497. Nilai ini lebih besar dari  $t$  tabel 2,010 ( $2,497 > 2,010$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_0$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand culture* terhadap *brand image* pada International Optical
  6. Variabel bebasnya pada regresi ini adalah *Brand Awareness (X1)*, *Brand Personality (X2)*, *Brand Culture (X3)* sedangkan variabel terikatnya adalah *Brand Image (Y)*. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :  $Y = 3,717 + 0,816X_1 + 0,354X_2 + 0,333X_3$ .

#### **E. Saran**

1. Bagi penelitian berikutnya mungkin perlu untuk ditambahkan variabel yang mempengaruhi terbentuknya *Brand Image* selain 3 *Brand* yang diteliti pada penelitian ini.
2. Pihak perusahaan yang ingin meningkatkan *brand image* pada perusahaan, supaya benar-benar menerapkan seluruh sumber dayanya agar mampu meraih pasar lebih besar lagi dengan meningkatkan ketiga variabel yang mampu meningkatkan *brand image* tersebut.