

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan persepsi kualitas secara sendiri dan bersamaan terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor honda Vario (studi pada dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian).
2. Berdasarkan hasil penelitian ekuitas merek memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor honda Vario (studi pada dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). Dengan adanya ekuitas merek maka suatu produk memiliki kekuatan, daya tahan dan keunggulan yang dapat membedakan dengan pesaing lainnya. Dengan keunggulan tersebut maka kepercayaan diri seseorang bisa meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor honda Vario (studi pada dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). Persepsi kualitas positif, produk akan disukai oleh pelanggan. Keterbatasan uang, informasi dan waktu membuat seorang pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi kualitas dan merek yang akan di belinya.
4. Secara bersamaan ekuitas merek dan persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor Honda Vario (Studi pada dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). Karena kepercayaan diri konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan

semua kesimpulan yang buat konsumen tentang objek, atribut , dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang dimiliki atau tidak dimiliki objek

## 6.2 Saran

1. Ekuitas merek dalam pemilihan suatu produk seharusnya lebih diperhatikan oleh pelanggan sepeda motor Dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian, karena setiap produk memiliki keunggulan dan kelemahan masing- masing disetiap produknya. Kurangi untuk terlalu fokus dengan trand atau model tanpa memperhatikan kualitas produk supaya adanya utilitas terhadap produk itu sendiri.
2. Selain ekuilitas, persepsi kualitas juga dapat mempengaruhi kepercayaan diri pelanggan sepeda motor Dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian. Persepsi kualitas positif, produk akan disukai oleh pelanggan. Karena keterbatasan uang, informasi dan waktu membuat seorang pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi kualitas dan merek yang akan di belinya.
3. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel kepercayaan diri yang dihasilkan oleh pelanggan dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.