

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. *Rebranding* (X1) berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia.
2. *Repositioning* (X2) berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia.
3. *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2) berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 1. Perusahaan harus memperhatikan informasi yang diberikan kepada konsumen yang mendapatkan tanggapan paling rendah dimata responden yaitu saya percaya bahwa Gojek sudah sangat jujur dalam menyampaikan informasi kepada saya. Perusahaan harus transparan dalam memberikan informasi terhadap konsumennya agar tidak mengakibatkan kesalahan informasi.
 2. Perusahaan harus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan yang mendapatkan tanggapan paling rendah dimata responden yaitu saya tetap menggunakan aplikasi gojek karna memberikan kebanggaan bagi saya. Perusahaan harus benar-benar menjaga kualitas dari layanan tersebut karna bagaimanapun Gojek karya anak bangsa indonesia

3. Perusahaan memperbanyak layanan dan produk baru yang ditawarkan, agar memberikan keuntungan bagi semua konsumen, karna kebutuhan konsumen yang nantinya akan menguntungkan perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis perbandingan *Brand Equity* beberapa perusahaan jasa aplikasi online agar bisa dijadikan perbandingan.