

2. Bagi *marketplace* Tokopedia lebih memperhatikan indikator yang mempunyai nilai rendah dalam dimensi persepsi kualitas seperti meningkatkan sistem keamanan dari Tokopedia sehingga meningkatkan persepsi kualitas konsumen mengenai Tokopedia dan akan berdampak pada peningkatan dari ekuitas merek dari Tokopedia
3. Bagi *marketplace* Tokopedia lebih memperhatikan indikator yang mempunyai nilai rendah dalam dimensi asosiasi merek seperti meningkatkan sistem pembayaran sehingga transaksi dapat berjalan dengan lancar dan meningkatkan asosiasi merek dari Tokopedia yang akan berdampak pada peningkatan dari ekuitas merek dari Tokopedia
4. Bagi *marketplace* Tokopedia lebih memperhatikan indikator yang mempunyai nilai rendah dalam dimensi loyalitas merek seperti memberikan program promosi potongan harga sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dan akan berdampak pada peningkatan dari ekuitas merek dari Tokopedia

### **5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Dalam penelitian ini menggunakan variabel ekuitas merek. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur variabel ekuitas merek dengan memperbandingkan ekuitas merek pada objek penelitian yang berbeda

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data telah dilakukan mengenai analisis ekuitas merek Tokopedia diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Penilaian konsumen mengenai dimensi kesadaran merek memiliki total skor sebesar (2684) dan memiliki nilai rata - rata sebesar (3,36) termasuk dalam kategori cukup baik
2. Penilaian konsumen mengenai dimensi persepsi kualitas memiliki total skor sebesar (4439) dan memiliki nilai rata - rata sebesar (3,70) termasuk dalam kategori baik
3. Penilaian konsumen mengenai dimensi asosiasi merek memiliki total skor sebesar (1494) dan memiliki nilai rata - rata sebesar (3,74) termasuk dalam kategori baik
4. Penilaian konsumen mengenai dimensi loyalitas merek memiliki total skor sebesar (3712) dan memiliki nilai rata - rata sebesar (3,71) termasuk dalam kategori baik

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Tokopedia. maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut

1. Bagi *marketplace* Tokopedia lebih memperhatikan indikator yang mempunyai nilai rendah dalam dimensi kesadaran merek seperti dengan menggunakan slogan yang unik dan menarik sehingga meningkatkan kesadaran konsumen yang akan berdampak pada peningkatan dari ekuitas merek dari Tokopedia