

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah penulis lakukan yaitu adanya pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Citra Merek (*Brand Image*) gitar bermerek *Ibanez*. Hal ini dapat dilihat lewat uji regresi sederhana (R Square) yang menunjukkan adanya pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 42,9%, serta 57,1% lainnya yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Citra merek yang umumnya dipengaruhi oleh tindakan dari berbagai upaya pemasaran perusahaan secara tidak langsung. Dimana sebenarnya penerimaan citra merek tersebut diterima melalui komponen kesadaran merek. Kesadaran merek yang baik merupakan sebuah penciptaan asosiasi yang ditimbulkan oleh suatu produk, yang asal-usulnya berada dalam sebuah penciptaan citra merek (Keller, 1993).

Dalam perkembangan model struktural yang diusulkan oleh Angel F. Villarejo-Ramos, Ph. D, Francisco J. Rondán-Cataluña, Ph. D & Manuel J. Sánchez-Franco, Ph. D, dikatakan bahwa Citra Merek (*Brand Image*) secara langsung dipengaruhi oleh berbagai upaya tindakan pemasaran perusahaan melalui sebuah komponen Kesadaran Merek (*Brand Awareness*). Maka berdasarkan dasar pernyataan tersebut & penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat dinyatakan bahwa adanya penerimaan Citra Merek (*Brand Image*) secara langsung yang terjadi melalui komponen Kesadaran Merek (*Brand Awareness*).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.2. Saran

Pada saat ini banyak sekali perusahaan baru yang bermunculan dengan inovasi terbaru bahkan bisa menyerupai pesaingnya namun unggul dalam masalah harga sehingga banyak perusahaan besar yang walaupun sudah berdiri sejak lama dapat mengalami dampak negatifnya. Oleh karena itu setiap perusahaan besar yang sudah ada dan berkembang sejak dahulu perlu melakukan inovasi-inovasi dan cara-cara baru agar produk yang mereka hasilkan bisa tetap bertahan di mata para konsumen. Dengan memperkuat pemasarannya, promosinya maupun inovasi-inovasi terbaru juga akan dapat memperkuat posisi mereka sebagai perusahaan yang bagus di mata konsumennya.

Saran dari penulis adalah agar penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila variabel kualitas maupun harga yang dapat mempengaruhi *Brand Image* gitar bermerek *Ibanez* agar dapat lebih rinci menganalisis variabel apa saja yang dapat mempengaruhi *Brand Image* pada gitar bermerek *Ibanez*. Dan juga ke depannya Perusahaan gitar *Ibanez* ini dapat melakukan inovasi baru dan juga sistem promosi yang baik tanpa menghilangkan sisi kualitas dari gitar *Ibanez* tersebut. Hal ini dilakukan agar setiap konsumen menjadi loyal terhadap produk dari gitar bermerek *Ibanez*. Apabila konsumen sudah loyal maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan dapat lebih unggul dari pesaing, sehingga dapat terus menjadi pemimpin pasar dalam segmen produk yang sudah ada maupun produk baru yang akan diciptakan. Strategi yang harus dikembangkan oleh *Ibanez* dari segi kualitas adalah membuat tipe-tipe baru yang sesuai dengan permintaan konsumen, tentunya konsumen selalu menginginkan barang dengan kualitas terbaik dan harga yang sesuai juga sehingga ini merupakan tugas dari *Ibanez* agar dapat mempertahankan kualitas yang terbaik dan juga mengimbangi harga dari produk tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis juga ingin memberikan saran untuk penulis lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya harus berbagai gereja, kemudian di kota lain, dan sampel nya dapat ditambah agar dalam penelitian selanjutnya hasil yang didapatkan lebih baik dari penelitian ini.