

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek Fanta di Universitas Kristen Maranatha Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial loyalitas merek, kesan kualitas dan asosiasi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek Fanta di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Untuk variabel kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek Fanta di Universitas Kristen Maranatha Bandung.
2. Dari variabel kesadaran merek, loyalitas merek, kesan kualitas dan asosiasi merek yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek Fanta adalah variabel asosiasi merek dengan besar pengaruh 53,6%.

5.2 Saran

Saran-saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan yakni produk minuman bersoda Fanta dalam upaya peningkatan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Karena dalam variabel kesadaran merek yang tidak memiliki pengaruh maka perusahaan harus terus meningkatkan dari kesadaran merek fanta

itu sendiri. Dengan cara, meningkatkan promosi melalui iklan yang lebih menarik agar konsumenpun dapat lebih mengenal dan mengingat merek minuman bersoda tersebut agar tidak beralih ke merek lain.

2. Mengingat persaingan dengan produk lain begitu ketat maka produk minuman bersoda fanta harus lebih berinovasi terus. Mungkin, dengan cara menambah variasi rasa buah-buahan dari minuman bersoda tersebut atau mendesain produk lebih menarik lagi agar konsumenpun akan lebih loyal terhadap minuman bersoda fanta.
3. Karena ekuitas merek adalah aset yang tidak kelihatan yang keberadaannya cukup berpengaruh pada penghasilan perusahaan maka penelitian seperti ini harus menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu karena penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa/i di fakultas ekonomi jurusan manajemen. Selain pada mahasiswa/i di fakultas ekonomi jurusan manajemen, penelitian ini juga dilakukan hanya di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Hal tersebut merupakan salah satu keterbatasan dalam melakukan penelitian ini.