

Bab V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik mengenai koefisien korelasi dengan menggunakan metode spearman , menunjukkan adanya korelasi yang kuat menuju sempurna antara pemberian merek dengan penjualan kue telur gabus “AAA”.Sedangkan hasil uji statistik dan perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui ada pengaruh merek terhadap hasil penjualan produk kue telur gabus “AAA” sebesar 98,87%. Sedangkan sisanya sebesar 1,13% adalah pengaruh variable-variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian.
2. Tujuan dari penciptaan strategi keanekaragaman merek adalah untuk menjaga loyalitas konsumen, efisiensi, efektivitas produk pemasaran, peningkatan penjualan di tengah situasi persaingan yang semakin ketat dalam industri sejenis, menjaga dan meningkatkan image, dan meningkatkan masyarakat akan adanya suatu produk.
3. Upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengelola merek dengan promosi pemberian sample, iklan di majalah, sponsor baju bertuliskan merek “Telur Gabus Spesial AAA” di organisasi lintas alam, menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen, menjaga kualitas produk, pemilihan bahan baku yang baik, kemasan yang higienis .
4. Disimpulkan bahwa pemberian merek yang tepat, yang diterapkan oleh suatu perusahaan dalam memperkenalkan produknya akan dapat mempengaruhi pola pikir dari konsumen, seperti minat, selera, dan daya ingat yang dapat membuat konsumen ingat akan merek tertentu. Hal ini tidak terlepas dari media periklanan, dan promosi pemberian sample secara agresif.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Meningkatkan dan mempertahankan keberadaan merek yang sudah ada, supaya perusahaan tidak kehilangan konsumen dan pangsa pasarnya.
2. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen, perusahaan sebaiknya melakukan upaya-upaya seperti pemberian potongan harga jika membeli dalam jumlah banyak dan pelayanan yang baik terhadap konsumen.
3. Memperluas daerah pemasaran untuk menarik lebih banyak konsumen, terutama konsumen baru yang belum mengenal.
4. Menjadikan telur gabus “AAA” sebagai oleh-oleh khas Jawa Barat, menggeser posisi oncom dan kue moci.
5. Mengontrol secara ketat kue, antara lain bahan baku yang digunakan, rasa, dan proses produksi kue yang higienis.
6. Melakukan evaluasi terhadap merek secara khusus dan mencoba menggunakan metode yang lebih tepat guna, agar perusahaan lebih berkembang dan dapat mempertahankannya di masa yang akan datang.
7. Membuat database pelanggan, supaya ingat ulang tahun pelanggan loyal,alamatnya, agamanya (untuk ucapkan selamat hari ulang tahun ,selamat hari raya).