

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Tujuan pemeliharaan merek di perusahaan Foximas Mandiri adalah sebagai berikut :
  - a. nama merek dan tanda dagang secara hukum akan melindungi perusahaan dari pemalsuan ciri-ciri produk karena jika tidak demikian setiap pesaing akan meniru produk tersebut.
  - b. agar standar kualitas yang telah ditanamkan dapat dipertahankan
  - c. citra perusahaan dapat dibina dengan adanya merek yang baik
  - d. memberi peluang pada perusahaan agar kesetiaan konsumen tetap terjaga
  - e. memberikan pertahanan terhadap persaingan harga dengan pesaing lain
2. Adapun usaha atau langkah-langkah yang dilakukan perusahaan Foximas mandiri di dalam menjaga nama baik merek “FOXI” di pasar konsumen adalah sebagai berikut :
  1. Selalu mengedepankan kualitas yang baik di setiap hasil-hasil produksinya.
  2. Mengurangi terdapatnya produk-produk yang kurang sempurna (rusak).
  3. Memaksimalkan kualitas pelayanan .

4. Menjaga kestabilan harga produk
3. - Berdasarkan perhitungan korelasi Rank Spearman, didapat hasil korelasi sebesar 0,979. Hal ini berarti hubungan antara ekuitasmerek dengan keputusan pembelian adalah kuat.
  - Berdasarkan perhitungan korelasi Rank Spearman, terdapat hubungan yang kuat antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian sebesar 95.84%, sedangkan 4.16% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar ekuitas merek, diantaranya harga, promosi dan tempat penjualan.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan Foximas mandiri adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas dari bahan-bahan yang digunakan, agar konsumen tetap merasa puas sehingga konsumen akan tetap loyal terhadap merek "FOXI".
2. Dalam program seleksi, pelatihan dan pengembangan para karyawan, lebih diperhatikan, agar karyawan-karyawan yang bekerja mempunyai skill yang baik, dan dapat bekerja dengan baik, sehingga dapat menghasilkan produk yang bermutu.
3. Perusahaan melakukan pengembangan produk dengan berbagai model, sesuai dengan selera konsumen.