BAB 6
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data didapatkan bahwa merek Invio memiliki beberapa keunggulan. Dari segi *brand association* didapat bahwa produk Invio lebih nyaman untuk digunakan dan model pakaian multifungsi. Dari segi *perceived quality* didapat bahwa keunggulan produk pakaian kerja merek Invio adalah model pakaiannya menarik, kualitas produk lebih konsisten, dan produk Invio secara keseluruhan lebih rapih. Dari data lain juga didapatkan bahwa produk Invio merupakan merek yang paling sering dan paling ingin dibeli oleh konsumen. Dari segi *brand awareness* didapat bahwa Invio sudah cukup dikenal oleh masyarakat.
2. Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data didapatkan bahwa Invio memiliki beberapa kelemahan. Dari segi *perceived quality* didapatkan bahwa produk Invio kurang bervariasi dan kesesuaian harga dengan model yang ditawarkan kurang sesuai. Dari segi *brand association* didapatkan bahwa desain logo produk Invio kalah menarik dibandingkan dengan merek pesaing, harga produk Invio kurang terjangkau bagi masyarakat, lokasi penjualan produk Invio juga lebih sulit dijangkau oleh masyarakat dibandingkan dengan merek Executive, dan merek pesaing yaitu merek Executive lebih populer dibandingkan dengan merek Invio.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat disimpulkan beberapa usulan untuk meningkatkan brand equity dari merek Invio, seperti:
   - Peningkatan *perceived quality* melalui peningkatan kualitas produk yang sudah ada atau membuat produk yang belum ada seperti tas, dompet, ikat pinggang, dan kalung.

- Perbaikan asosiasi dengan meningkatkan beberapa variabel seperti harga (bila harga tidak dapat diturunkan sebaiknya dibuat model pakaian yang lebih bervariasi dan menarik), memperbanyak lokasi penjualan, dan meningkatkan popularitas merek.
- Mengadakan promosi seperti setiap pembelian barang dalam jumlah tertentu mendapatkan harga khusus atau mendapatkan *item* tertentu dari pihak Invio.
- Melakukan berbagai macam promosi seperti mengadakan beasiswa untuk mahasiswi yang berprestasi, sponsor dalam acara-acara tertentu seperti seminar wanita karir, bakti sosial, dan undian berhadiah.

6.2 Saran

1. Untuk penelitian berikutnya tentang *brand equity* dapat menggunakan dua metode, yaitu metode yang digunakan oleh David A. Aaker dan metode *brand equity ten*.
2. Untuk pengukuran terhadap *brand loyalty*, hendaknya target pasar disesuaikan dengan kategori konsumen dari piramida *brand loyalty*.
3. Untuk piramida *brand loyalty* sebaiknya membuat pertanyaan yang menuntun para responden untuk memilih salah satu dari variabel yang terdapat pada *brand loyalty*.