

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data dan pembahasan yang diperoleh dari 60 responden perempuan yang menjadi anggota di Equinox, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar perempuan yang menjadi anggota di Equinox memiliki *brand image* positif
2. Aspek utama yang berkontribusi dalam membentuk *brand image* yang positif terhadap pakaian merek Guess adalah aspek *product*
3. Sedangkan aspek utama yang membentuk *brand image* yang negatif terhadap pakaian merek Guess adalah aspek *place*.

#### 5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan saran :

##### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk membahas mengenai *brand image* agar dapat memperluas penelitian dengan membandingkan *brand image* pakaian merek Guess dengan pakaian merek lainnya agar dapat diketahui lebih mendalam mengenai kelebihan dan kekurangan pakaian merek Guess dengan pakaian merek lainnya.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti tidak mengambil sampel pada perempuan yang menjadi anggota di Equinox saja, tetapi pada perempuan dan laki-laki yang ada di Bandung.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Untuk aspek *place*, produsen pakaian merek Guess disarankan untuk lebih memperhatikan lokasinya agar mudah dijangkau oleh pembeli.
2. Untuk aspek produk, produsen pakaian merek Guess disarankan untuk meningkatkan kualitas pakaiannya.
4. Untuk aspek *price* persepsi orang terhadap suatu produk tertentu berbeda-beda harga sama akan dipersepsi lain oleh orang, maka itu produsen agar lebih mempertimbangkan harga.