BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Ekuitas merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung memperoleh tanggapan yang baik. Hal ini dapat di lihat dari hasil total skor *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality,* dan *Brand Loyalty,* yang memperoleh tanggapan baik dari responden. Dengan demikian *blackjack 21 industries* Bandung telah mampu menunjukkan ciri khasnya yang berbeda dari produk merek lain karena *simple* dan *ellegance.*
2. Keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung memperoleh tanggapan yang cukup baik. Hal ini dapat di lihat dari Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternative, Keputusan Pembelian dan Perilaku Pasca Pembelian yang memperoleh tanggapan cukup baik dari responden. Hal ini membuktikan bahwa *blackjack 21 industries* Bandung mampu menempatkan posisinya di mata dan benak konsumen dengan cukup baik.
3. Ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan korelasi 31,7%, sedangkan sisanya, yaitu 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu *Brand Image* (Citra merek), *Brand Extensions* (Perluasan Merek) serta

Product Image (Citra Produk). Hasil uji hipotesis menyebutkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti "ekuitas merek *blackjack* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran / solusi guna memperbaiki dan memecahkan masalah ekuitas merek *blackjack* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung. Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Ekuitas merek pada umumnya di *blackjack 21 industries* sudah berjalan dengan baik, tetapi pada *Brand Awareness* di merek pakaian yang paling di ingatnya, *Brand Association* di desainnya, *Brand Loyalty* di produk favoritnya dan di produk yang biasa konsumen beli, masih perlu di tingkatkan, karena di nilai cukup.
2. Ekuitas merek telah cukup mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun agar pengaruhnya terhadap pembentukan keputusan pembelian konsumen lebih besar lagi, hendaknya blackjack 21 industries mempertahankan dan meningkatkan lagi aspek ekuitas merek yang lebih baik di masa yang akan datang.
3. Agar konsumen merasa apa yang di inginkannya sesuai dengan ekuitas merek tersebut, maka hendaknya di pilih ekuitas merek yang mampu meyakinkan

konsumen bahwa blackjack 21 industries merupakan distro yang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen.