BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.1. Kesimpulan

1. Tanggapan responden terhadap ekuitas merek Sepatu Kappa yang telah dilaksanakan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza, pada penilaian kesadaran merek mendapatkan nilai tertinggi, ini menunjukkan kesadaran merek terhadap sepatu merek kappa yang tertanam pada benak konsumen selama ini dinilai baik, dikarenakan responden menilai bahwa sepatu merek kappa memiliki tingkat dikenal yang baik dan sepatu merek kappa juga memilliki tingkat kemudahan untuk diingat kembali, dan untuk tingkatan terendah yaitu terdapat pada tingkat paling diingat merek. Maka didapatkan hasil pengukuran kesadaran merek dengan nilai tertinggi yaitu 547 atau sebesar 72.93% dengan kriteria baik,.
2. Tanggapan responden mengenai ekuitas merek Sepatu Kappa yang telah dilaksanakan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza yang mendapatkan nilai tertinggi kedua yaitu tingkat loyalitas merek, dikarenakan responden memiliki tingkat kesetiaan yang baik terhadap merek Sepatu Kappa dan kesediaan responden untuk melakukan pembelian ulang terhadap merek Sepatu Kappa dinilai baik, dan untuk tingkatan terendah yaitu terdapat pada tingkat merekomendasikan sepatu

merek Kappa kepada orang lain. Maka didapatkan hasil pengukuran loyalitas merek dengan nilai tertinggi kedua yaitu 535 atau sebesar 71.33%, dengan kriteria baik.

3. Untuk tanggapan responden terhadap ekuitas merek Sepatu Kappa yang dilaksanakan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza yang mendapatkan nilai terendah yaitu pada tingkat asosiasi merek dan kesan kualitas. Pada tingkat asosiasi merek, yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu pada tingkatan kesesuaian kulaitas dengan harga merek dari sepatu Kappa, dan kemampuan didalam menyamai atau bahkan mengungguli produk pesaing, maka hal ini menunjukkan bahwa merek sepatu Kappa dinilai memiliki kesesuaian antara kualitas sepatu yang dihasilkan dengan harga yang ditawarkan didalam benak responden dan untuk tingkatan terendah yaitu pada tingkat gaya hidup, maka hasil asosiasi merek yang didapat yaitu 510 atau sebesar 68%.
4. Sedangkan untuk nilai terendah kedua yaitu nilai kesan kualitas yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu pada tingkatan kesan kualitas yang dirasakan responden pada merek sepatu Kappa dan kenyamanan yang dirasakan responden setelah menggunakan merek sepatu Kappa, maka hal ini menunjukkan bahwa merek sepatu Kappa memiliki kesan kualitas yang baik dibenak responden dan responden menilai bahwa sepatu Kappa nyaman untuk digunakan, sedangkan untuk nilai terendah yaitu pada tingkat ciri khas model dari merek sepatu Kappa. Sehingga nilai yang

diraih untuk tingkat kesan kualitas yaitu 506 atau sebesar 67.46%, dengan kriteria cukup baik .

5.2. Saran

Setelah penulis mendapatkan hasil dari survey di lapangan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza, ekuitas merek merupakan hal yang sangat krusial yang sangat penting untuk selalu diperhatikan, maka diharapkan pihak-pihak yang ada pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza dapat memperhatikan kekurangan tentang tanggapan responden mengenai ekuitas merek. Maka dari itu saran penulis yang akan dikemukakan sebagai berikut:

1. Hasil yang didapat menunjukkan pada tingkat Kesadaran merek, terdapat tingkatan terendah yaitu terdapat pada tingkat paling diingat merek, hal ini disebabkan responden menilai sepatu merek Kappa belum berada pada puncak pikiran (*Top of mind*) di dalam benak responden didalam kategori suatu produk sepatu. Maka Toko Sepatu Kappa diharapkan dapat lebih memperhatikan kekuatan merek didalam benak responden yang merupakan konsumen dari Toko Sepatu Kappa.
2. Pada tingkat Kesan kualitas yang merupakan tingkatan terendah yaitu terdapat pada tingkat ciri khas hal ini disebabkan responden menilai bahwa ciri khas dari merek Sepatu Kappa belum memiliki ciri khas model yang sangat kuat. Maka Toko Sepatu Kappa diharapkan dapat selalu meningkatkan kualitas produk baik dari ciri khas model yang dapat dijadikan sebagai ciri khas dari merek sepatu kappa dan segi keunggulan lainnya dari produk tersebut.

3. Pada tingkat Asosiasi merek, yang merupakan tingkatan terendah yaitu pada tingkat gaya hidup hal ini dikarenakan pada tingkat gaya hidup yang dirasakan responden pada saat melakukan pemakaian dari sepatu kappa hanya dinilai cukup mewah yang menunjukkan bahwa responden menilai sepatu Kappa masih berada pada tingkat prestige yang dinilai belum dapat dikatakan mewah.
4. Kemudian pada tingkat Loyalitas Merek, tingkatan terendah yaitu pada tingkat merekomendasikan sepatu merek Kappa kepada orang lain, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesediaan responden untuk merekomendasikan sepatu Kappa kepada orang lain masih dinilai cukup rendah. Maka Toko Sepatu Kappa diharapkan dapat lebih meningkatkan kembali kualitas produk sepatu Kappa secara keseluruhan agar terciptanya rasa percaya yang tertananam pada diri responden akan mendorong mereka untuk merekomendasikan merek Kappa kepada orang lain.

Dengan demikian Toko Sepatu Kappa diharapkan dapat terus selalu meningkatkan nilai ekuitas merek yang telah diciptakan sehingga dapat meningkatkan prestige dari merek Sepatu Kappa itu sendiri, dan dapat terus meningkatkan nilai positif yang didapat dari konsumen, dengan memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian berhubungan dengan ekuitas merek, diharapkan dapat mendapatkan hasil yang lebih akurat lagi.