

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Kesimpulan

1. Gambaran mengenai kinerja *line extension* pada konsumen NutriSari RTD di Indomaret Kec. Sukasari berada pada kategori tinggi yang artinya bahwa rasa, bentuk, warna, bahan, dan ukuran kemasan NutriSari RTD ditanggapi dengan baik oleh konsumen. Hampir seluruhnya responden menanggapi bahwa rasa, bentuk, warna dan bahan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, selain itu untuk ukuran kemasan ditanggapi baik oleh sebagian besar responden.
2. Gambaran mengenai *brand equity* oleh konsumen NutriSari RTD di Indomaret Kec. Sukasari berada pada kategori tinggi yaitu konsumen beranggapan baik terhadap *brand equity* NutriSari RTD. Hampir seluruhnya responden beranggapan bahwa *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality* dan *brand loyalty* NutriSari RTD adalah merek yang memiliki nilai tinggi menurut pandangan konsumen.
3. Kinerja *line extension* memiliki pengaruh positif terhadap *brand equity* sebesar 55,1% dan sisanya yaitu pengaruh sebesar 44,9% berasal dari variabel lain diluar penelitian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kinerja *line extension* maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap *brand equity* NutriSari RTD.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kinerja *line extension* terhadap *brand equity*, yaitu:

### 1. *Line extension*

- a. Kesegaran rasa dari NutriSari RTD perlu dijaga, bukan hanya pada saat proses produksi tetapi selama proses distribusi kepada penjual hingga sampai ke tangan konsumen, karena rasa faktor penting dalam produk makanan dan minuman.
- b. Bentuk kemasan NutriSari RTD masih dirasakan kurang menarik bagi beberapa konsumen, oleh karena itu perlu dilakukan riset mengenai bentuk seperti apa yang menarik bagi seluruh konsumen NutriSari RTD agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.
- c. Variasi dari bahan-bahan yang digunakan oleh NutriSari RTD sudah beragam dan didasari atas kebutuhan konsumen tetapi ada beberapa responden yang menyatakan tidak, sebaiknya NutriSari RTD melihat apakah bahan-bahan yang digunakan memang pantas untuk dijadikan rasa minuman melalui pertimbangan selain kesehatan tetapi pertimbangan pula selera masyarakat Indonesia.
- d. Iklan NutriSari RTD harus lebih sering diperlihatkan baik di televisi atau media lainnya karena ada beberapa responden yang tidak mengetahui akan ukuran kemasan yang digunakan oleh NutriSari.

## 2. *Brand equity*

- a. NutriSari RTD perlu memperhatikan visi dari perusahaan yaitu “*inspiring nutrition life*” di mana NutriSari harus menjadi inspirasi gaya hidup sehat karena masih ada beberapa responden yang tidak setuju dengan asosiasi merek NutriSari RTD sebagai gaya hidup sehat.
- b. Beberapa responden belum mengetahui dengan jelas bahwa NutriSari RTD berada pada kategori minuman ringan sari buah, oleh karena itu iklan dibutuhkan kembali untuk mengingatkan kepada konsumen minuman ringan sari buah bahwa NutriSari RTD masuk ke dalam karegori minuman ringan sari buah.
- c. Kualitas NutriSari RTD belum dirasakan puas oleh seluruh responden, oleh karena itu perlu dilakukan *maintance* terhadap kualitas NutriSari RTD agar dapat melebihi kualitas merek pesaing.
- d. Harga yang ditawarkan oleh NutriSari RTD dirasakan tidak sesuai dengan kualitas yang diterima karena harganya sedikit lebih mahal dibandingkan merek pesaing lainnya, oleh karena itu perlu diperbaiki kualitas NutriSari RTD agar pelanggan merasa pantas membayar mahal atau pantas mengeluarkan sedikit usaha dibandingkan merek lain untuk mendapatkan NutriSari RTD.
- e. Kualitas produk secara NutriSari RTD perlu ditingkat kembali agar pelanggan yang ada tidak pindah ke merek lain dan tetap loyal terhadap merek NutriSari RTD.

- f. NutriSari RTD perlu memaksimalkan *above the line* dan *below the line* karena terdapat responden yang sering membeli merek lain.
  - g. Memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan adalah hal yang paling penting, maka dari itu NutriSari perlu menjaga kepuasan konsumen agar konsumen terus merasa puas dan akhirnya merekomendasikan NutriSari RTD kepada teman dan kerabat.
3. Pengaruh kinerja *line extension* adalah positif terhadap *brand equity* oleh karena itu penulis merekomendasikan:
- a. Selalu inovatif dalam melakukan *line extension* agar memiliki perbedaan dengan merek lain sehingga persepsi pelanggan terhadap *brand equity* NutriSari RTD tidak hilang.
  - b. Konsisten dalam menjaga merek dengan terus menjaga kualitas produk pada produk-produk *line extension* sehingga loyalitas pelanggan tetap terjaga.
  - c. Memanfaatkan media sosial untuk *branding* produk-produk *line extension* agar konsumen mengetahui keberadaan NutriSari RTD.