

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian dan pengujian analisis regresi yang dilakukan mengenai pengaruh strategi *Line Extension* terhadap *Brand Equity* minuman teh merek Fruit Tea dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran umum mengenai strategi *Line Extension* produk minuman teh merek Fruit Tea yang terdiri dari warna, ukuran, kemasan, dan rasa berada pada kategori cukup tinggi. Indikator strategi *Line Extension* yang paling tinggi terdapat pada indikator rasa. Hal ini disebabkan karena rasa merupakan salah satu yang diutamakan untuk meningkatkan ekuitas merek, dan rasa merupakan indikator yang dirasakan oleh konsumen sehingga rasa harus dibuat seelok mungkin. Sehingga dapat diketahui bahwa responden dari komunitas *FanPage* Fruit Tea di *Facebook* menilai bahwa rasat dari minuman teh merek Fruit Tea baik dibandingkan dengan indikator lainnya. Dan masih banyak hal yang harus diperbaiki mengenai strategi *Line Extension* khususnya pada indikator warna karena indikator warna merupakan indikator yang paling rendah nilai rata-ratanya.
2. Gambaran secara keseluruhan mengenai *Brand Equity* (Ekuitas merek) terdapat pada kategori cukup tinggi. Indikator yang memperoleh nilai tertinggi terdapat pada *Brand Awareness* yaitu kesanggupan seseorang calon

pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Sedangkan indikator dengan nilai terendah terdapat pada *Brand Loyalty* yaitu ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu merek.

3. Terdapat pengaruh positif antara strategi *Line extension* terhadap *Brand Equity* minuman teh merek Fruit tea pada komunitas *FanPage* Fruit Tea di *Facebook*. Diketahui berdasarkan koefisien korelasi terdapat hubungan yang cukup.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang dihasilkan, maka penulis menyatakan beberapa hal sebagai berikut dengan harapan bahwa memberi manfaat dan menjadi masukan bagi industri minuman khususnya minuman teh merek Fruit Tea.

1. Berdasarkan tanggapan mengenai aspek *Line Extension* terlihat dari indikator warna masih terlihat kurang oleh karena itu Fruit Tea perlu meningkatkan kemenarikan dari warna produk Fruit Tea dengan cara memberikan warna yang berbeda dan beragam agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian.
2. Perusahaan dapat mempertahankan *Brand Equity* yang sudah dimiliki, dan berusaha untuk menarik konsumen dengan cara terus memperkuat posisinya di pasar sasaran dengan cara memberikan varian rasa baru dan kemasan

yang unik dan memberikan program-program promosi pemasaran menggunakan *celebrity endoser* yang lebih terkenal agar dapat lebih menarik perhatian konsumen.

3. Saran untuk penelitian berikutnya yaitu diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Fruit Tea melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi *Brand Equity* antara lain mengenai Differensiasi produk, media iklan televisi, dan *Tagline* sehingga dapat memberikan hasil dan kontribusi yang maksimal untuk peneliti dan perusahaan tersebut.