BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan ekuitas merek secara umum sudah baik, persepsi responden terhadap ekuitas merek pada dimensi *brand association* ditinjau dari harga, merupakan dimensi yang paling tinggi mendapatkan skor, hal ini dikarenakan sikat gigi Formula memang lebih murah bila dibandingakan dengan sikat gigi merek lain. Sedangkan perolehan hasil skor paling rendah masih pada dimensi *brand association* namun ditinjau dari segi penggunaan, hal ini dikarenakan bulu sikat yang dimiliki Formula cepat rusak, terasa kaku dan kasar.
2. Tenggapan responden terhadap loyalitas pelanggan yang terdiri dari Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), Membeli diluar lini produk/jasa (*Purchase across product and service line*), Merekomendasikan produk kepada orang lain (*Refers to others*), dan Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*). secara umum sudah baik. Persepsi responden terhadap *Makes regular repeat purchased* merupakan dimensi yang memperoleh skor yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk

tetap mernggunakan sikat gigi Formula. Sedangkan persepsi responden terhadap *Purchase across product line and service* dan *Refer to other* mendapatkan skor yang sama dan merupakan skor yang paling renda dari dimensi-dimensi lainnya, hal ini dikarenakan masih belum dikenalnyya lini produk dari Formula.

3. Ekuitas merek berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga setiap praktik bisnis yang dibentuk dengan perencanaan yang baik dalam pelaksanaan ekuitas merek akan mendapatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai ekuitas merek agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Pelaksanaan ekuitas merek merupakan suatu hal yang penting dilakukan oleh sebuah perusahaan, karena dengan ekuitas merek perusahaan akan mendapatkan profitabilitas. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada dimensi *brand association* yang paling rendah adalah penggunaan, karena itu sebagai solusi diharapakan Group Orang Tua selaku produsen sikat gigi Formula senantiasa melakukan perbaikan kualitas bulu sikat dan sebaiknya Formula tetap konsisten pada identitas yang telah terbentuk agar konsumen tidak bingung dengan ciri khas dari Formula.
2. Persepsi pengguna terhadap loyalitas pelanggan sudah baik, namun untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka waktu lama atau berkesinambungan dapat melalui pengelolaan ekuitas merek.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa ekuitas merek berpengaruh secara positif dalam pembentukan dan peningkatan loyalitas pelanggan, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan kinerja ekuitas merek yang sudah terbentuk.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
PERPUSTAKAAN