

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

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

1. Kinerja *brand extension* sikat gigi Pepsodent yang diukur melalui dimensi *similarity*, *reputation*, *perceived risk*, dan *innovativeness* berada dalam kategori tinggi. Dimensi *reputation* memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan *brand equity* sikat gigi Pepsodent, hal ini disebabkan karena reputasi merek Pepsodent sebagai merek induk sangat kuat.
2. *Brand equity* sikat gigi Pepsodent yang diukur melalui dimensi *brand salience*, *brand performance*, *brand imagery*, *brand judgement*, *brand feeling*, dan *brand resonance* berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah *brand imagery*, yaitu kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan psikologis, kesesuaian harga sikat gigi Pepsodent dengan pendapatan responden, kesesuaian penggunaan sikat gigi Pepsodent dengan gaya hidup responden, dan kemudahan responden untuk mendapatkan sikat gigi pepsodent cukup mampu memenuhi kebutuhan psikologis responden.
3. Berdasarkan hasil penelitian kinerja *brand extension* yang terdiri dari *similarity*, *reputation*, *perceived risk*, dan *innovativeness* baik secara

parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap *brand equity* sikat gigi Pepsodent.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kinerja *brand extension* agar dapat meningkatkan *brand equity* yaitu:

1. *Similarity* dari sikat gigi merek Pepsodent harus dikelola dengan baik diantaranya dengan melakukan kegiatan promosi yang efektif untuk lebih memperkenalkan sikat gigi Pepsodent sebagai produk ekstensi dari merek Pepsodent dengan cara melakukan kegiatan periklanan yang lebih efektif yang tidak hanya mengedepankan keunggulan pasta giginya saja tetapi juga sikat gigi merek Pepsodent. Perusahaan juga dapat meningkatkan kinerja SPG (*sales promotion girl*) pada stan Pepsodent di retail besar seperti di *hypermarket* dan *supermarket* sehingga mampu memberikan informasi kepada konsumen mengenai keunggulan dari sikat gigi merek Pepsodent.
2. Perusahaan harus memperbaharui kualitas sikat gigi merek Pepsodent yang didukung dengan promosi yang efektif melalui berbagai media sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keunggulan sikat gigi merek Pepsodent sehingga dapat mendorong terciptanya *word of mouth* yang positif

3. Masih terdapat faktor lain diluar kinerja *brand extension* yang dapat mempengaruhi *brand equity*. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan kegiatan lainnya yang dapat menunjang kinerja *brand extension* serta dapat berpengaruh terhadap *brand equity* sikat gigi merek Pepsodent, misalnya dengan strategi *line extension* atau perluasan lini produk sikat gigi merek Pepsodent, *campaign* serta kegiatan lainnya yang dapat dilakukan oleh sikat gigi merek Pepsodent guna meningkatkan *brand equity*-nya sehingga mampu mengikuti kesuksesan produk induknya pada kategori produk pasata gigi.