

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

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

1. Gambaran mengenai *line extension* makanan ringan merek Gery secara umum responden memiliki persepsi yang **baik**. Dimensi dari *line extension* yang paling tinggi skornya adalah *line extension* ukuran makanan ringan merek Gery dibandingkan dengan *line extension* bentuk, *line extension* kemasan dan *line extension* rasa makanan ringan merek Gery. Hal ini disebabkan karena ukuran merupakan salah satu yang diutamakan untuk meningkatkan ekuitas merek makanan ringan merek Gery. Sehingga dapat diketahui bahwa konsumen makanan ringan merek Gery di SMA/ sederajat di Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung menilai bahwa *line extension* dari ukuran makanan ringan merek Gery baik dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Dan masih banyak hal yang harus diperbaiki khususnya untuk dimensi *line extension* rasa merek Gery. Karena salah satu faktor yang dapat meningkatkan ekuitas merek dengan rasa dan bentuk kemasan yang unik.
2. Ekuitas merek makanan ringan merek Gery di SMA/ sederajat di Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung berada dalam kategori **baik**. Dimensi dari ekuitas

merek yang paling tinggi skornya adalah *Brand imagery* yaitu kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan psikologis. Sebuah penganekaragaman bentuk, ukuran, kemasan dan rasa dapat memenuhi kebutuhan psikologisnya sehingga dapat meningkatkan ekuitas merek makanan ringan merek Gery

3. Pengaruh *line extension* terhadap ekuitas merek makanan ringan merek Gery dinilai positif dilihat dari variabel *line extension* yang berada dalam kategori cukup tinggi, sehingga menyebabkan variabel ekuitas merek masih berada dalam kategori cukup tinggi. Dilihat dari koefisien determinasi antara kedua variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang **kuat**.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal berkaitan dengan *line extension* antara lain:

1. Berdasarkan tanggapan mengenai aspek *line extension* terlihat dari dimensi kemasan masih terlihat kurang oleh karena itu Gery perlu meningkatkan efektivitas kinerja para karyawannya dalam hal pembuatan kemasan, kemasan yang dirasakan masih kurang oleh konsumen adalah keunikan atau sesuatu yang khas dari tampilan kemasan Gery. Sementara dari dimensi bentuk perlu ditingkatkan lagi dengan mengeluarkan berbagai bentuk yang lebih unik dari bentuk yang sudah tersedia yaitu bentuk oval, pyramid, bentuk segitiga dan sebagainya. Rasa masih perlu ditingkatkan lagi salah satunya dengan cara penambahan isi/kandungan dan menambah rasa baru seperti rasa-rasa yang disukai oleh semua segemen baik anak muda atau orang tua. Selain itu Gery

juga dapat mencoba untuk mengeluarkan rasa yang baru dengan cara mengkombinasi beberapa rasa sehingga akan tercipta rasa yang unik.

2. Hendaknya perusahaan dapat mempertahankan ekuitas merek yang sudah dimiliki, dan berusaha untuk menarik konsumen dengan cara terus memperkuat posisinya di pasar sasaran, dan memberikan program-program promosi pemasaran baik periklanan maupun promosi lainnya yang cukup menarik perhatian konsumen yaitu seperti mengadakan *event* di sekolah-sekolah, menggunakan *celebrity endorser* yang lebih terkenal, memberikan promosi tambahan ekstra dan sebagainya sehingga konsumen akan lebih mengenal merek Gery dan akan tercipta ekuitas merek makanan ringan merek Gery yang kuat.
3. Masih terdapat faktor lain diluar pelaksanaan *line extension* yang dapat mempengaruhi terhadap ekuitas merek. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan kegiatan lainnya yang dapat menunjang pelaksanaan *line extension* serta dapat berpengaruh terhadap ekuitas merek Gery, misalnya dengan tetap mempertahankan rasa serta dengan mengadakan tambahan bentuk yang lebih menarik dan terus membuat produk-produk yang berbeda dengan pesaing. Keunikan suatu produk dapat memberikan sesuatu yang berbeda sehingga konsumen lebih mudah mengenali.