

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang pengaruh Ekuitas Merek terhadap respon konsumen pada produk Levi's yang disebarkan kepada 100 responden. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari keempat variabel ekuitas merek, variabel kesadaran merek yang memiliki nilai yang rendah dibanding dengan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merespon suatu produk tersebut tidak berdasarkan dengan merek yang mereka ingat dan disadari. Dengan hal ini, konsumen yang mampu mengingat suatu merek belum tentu akan meresponnya dengan cepat terutama terhadap merek Levi's.
2. Variabel ekuitas merek yang terkuat antara keempat variabel independen lainnya adalah *brand association*. Dapat disimpulkan bahwa konsumen tetap akan membeli produk Levi's walaupun dari harga sangat tinggi. Dan konsumen pun meresponnya karena merek Levi's sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka.

3. Pada variabel persepsi kualitas konsumen akan tetap mempertimbangkan kualitas dari produk Levi's. Dari sisi harga yang relatif tinggi maka konsumen akan lebih memperhatikan apakah produk Levi's ini awet dan tahan lama. Jika mereka puas, maka konsumen pun akan meresponnya dengan baik dan tetap akan melakukan pembelian.
4. Pada variabel loyalitas merek, dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas merek memiliki pengaruh terhadap respon konsumen sehingga konsumen masih akan loyal dalam membeli produk Levi's dari pertama, kedua kali dan seterusnya. Konsumen pun akan sulit untuk beralih ke merek lain meskipun harga yang ditawarkan produk Levi's sangat tinggi. Dengan loyalitas yang tinggi, maka perusahaan Levi's akan lebih mendapatkan keuntungan dan kepercayaan yang diberikan konsumen dan nantinya Levi's dapat memberi umpan balik terhadap konsumennya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada produsen produk Levi's sebagai berikut:

1. Variabel *brand association* memberikan pengaruh yang terbesar bagi respon konsumen, sehingga perusahaan Levi's harus selalu berusaha untuk meningkatkan dan memperkuat asosiasi mereknya karena asosiasi merek baik dalam hal atribut produk, harga dan juga mencerminkan gaya hidup seseorang. Sehingga menjadi daya tarik bagi calon konsumen. Perusahaan Levi's sebagai produsen jeans juga akan mendapat kepercayaan dari para

konsumen karena terbukti dapat menjaga kualitas produk-produknya hingga sekarang.

2. Levi's harus lebih memunculkan inovasi-inovasi dalam mengusahakan para konsumennya menjadi loyal dan memiliki kebanggaan dalam menggunakan produk-produk Levi's. Salah satunya dengan memunculkan lebih banyak lagi produk jeans yang berhubungan dengan *Go Green* dan sebagainya. Sehingga konsumen menjadi lebih perhatian pada produk Levi's karena ikut peduli pada lingkungan.