BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah peneliti melakukan kegiatan pengumpulan data, pengolahan data, penyebaran kuesioner dan pengujian hipotesis dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh ekuitas merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Ugama di Cimahi, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai ekuitas merek Ugama dapat dikatakan baik, hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden. Meskipun demikian terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan seperti kualitas produk ugama yang memiliki rata-rata paling rendah, artinya memang sepatu Ugama ini belum memiliki kualitas bahan yang tetap.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga Ugama dapat dikatakan baik, hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden. Meskipun demikian terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan seperti harga sepatu Ugama sesuai dengan komposisi bahan baku yang digunakan yang memiliki rata-rata paling rendah, artinya sepatu Ugama menggunakan bahan yang belum baik sehingga tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan.
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian konsumen Ugama menyatakan bahwa konsumen melakukan pembelian terhadap sepatu merek Ugama.
4. Ekuitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ugama di kota Cimahi. Artinya ekuitas merek yang baik akan memyebabkan perubahan pada keputusan pembelian konsumen sepatu

Ugama di kota Cimahi. Harga juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ugama di kota Cimahi. Harga yang baik akan menyebabkan perubahan pada keputusan pembelian sepatu Ugama di kota Cimahi.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan analisis maka penulis akan memberikan saran untuk dapat digunakan perusahaan sebagai suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis dan pemasaran bagi perusahaan. Maka penulis memberikan memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan ekuitas merek dapat dilakukan dengan program pemasaran dan komunikasi pemasaran. Usaha komunikasi yang efektif dan konsisten sangat dibutuhakan untuk membangun dan mempertahankan ekuitas merek. Bisa dengan cara mengikuti event yang berhubungan dengan produk sepatu Ugama sepeti *job fair* karena sasaran pasar Ugama mayoritas pekerja kantoran. Peningkatan kualitas produk dapat dijadikan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan ekuitas merek dan mempertahankannya.
2. Harga yang ditetapkan Ugama harus sesuai dengan kualitas bahan yang digunakan sehingga terjadi keseuaian harga dengan kualitas bahan yang digunakan. Hal tersebut akan menjadikan konsumen puas dengan produk tersebut. Potongan harga sebesar 20% bagi konsumen biasa dan 50% bagi konsumen yang sedang berulang tahun dapat dijadikan strategi dalam menarik konsumen lebih banyak untuk melakukan pembelian produk. Bisa juga dengan pemberian bonus yang diberikan setiap pembelian sepatu berupa gantungan kunci kulit, obat pembersih sepatu kulit dan yang berhubungan dengan sepatu tersebut sehingga konsumen merasa layak membayar dengan harga tersebut.