

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa perluasan merek berpengaruh secara positif signifikan (t : 0,453; Sig 0,000) terhadap ekuitas merek kecap ABC di Bandar Lampung. Hal ini didasarkan pada: Pengujian Hipotesis menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu **5,205 > 1.984** artinya artinya perluasan merek berpengaruh secara signifikan terhadap ekuitas merek kecap ABC di Bandar Lampung yang artinya semakin kuatnya strategi perluasan merek yang diterapkan pada produk tersebut maka akan berpengaruh terhadap peningkatan ekuitas merek yaitu kesadaran merek, loyalitas merek dan asosiasi merek pada kecap ABC.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perluasan Merek dapat dilanjutkan karena sebagian besar konsumen setuju dengan adanya perluasan merek kecap ABC yang mempunyai banyak varian rasa yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan akan cita rasa masakan yang diinginkan.
2. Untuk meningkatkan ekuitas merek kecap ABC, perusahaan sebaiknya terus menanamkan kesadaran merek dibenak konsumen. Salah satunya dengan cara

melakukan langkah promosi yang menarik minat konsumen, misalnya *jingle* iklan atau slogan yang mudah diingat oleh konsumen.

3. Untuk terus meningkatkan dan mempertahankan perusahaan dapat menjalin kedekatan dengan konsumen dengan cara mengadakan *event* / bazar makanan, sampel gratis dan bentuk promosi langsung lainnya.
4. Selanjutnya perusahaan harus terus mempertahankan kualitas/mutu produk kecap ABC sehingga konsumen dapat terus percaya terhadap kecap ABC.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Hanya membahas perluasan dari lini produk (*line extension*) yang berarti hanya membahas varian rasa dari kecap ABC, sehingga kedepannya untuk penelitian selanjutnya dapat membahas strategi perluasan merek yang berbeda misalnya perluasan kategori (*category extension*).
2. Terbatasnya dana dan waktu sehingga penelitian ini hanya menggunakan 100 responden dan warga kota Bandar Lampung sebagai populasi penelitian.