

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor–faktor yang mempengaruhi citra merek Garment She NN adalah faktor Desain, Kualitas, harga dan promosi. Faktor harga dan faktor promosi masih kurang baik dilakukan oleh Garment She NN, sehingga sebagian konsumen menilai negatif pada penilaian faktor tersebut. Apabila pada faktor harga dan faktor promosi tidak bisa dilakukan sebaik mungkin, hal ini dapat memberikan dampak buruk demi bertahannya merek tersebut.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis dengan mengkaitkan berdasarkan teori yang membahas faktor- faktor yang mempengaruhi citra merek, maka penulis dapat memberikan saran sesuai dengan kenyataan yang ditemukan pada saat observasi di garment She NN sebagai berikut:

1. Harga

Pada Harga yang diberikan garment SHE NN masih belum dikatakan baik, karena masih banyak yang menilai buruk pada

pemberian harga. Dan seharusnya lebih baik harga dapat disesuaikan dengan konsumen dengan cara menurunkan harga namun tidak mengurangi nilai jual, hal tersebut dapat terjadi dengan tetap memberikan kualitas baik namun agak mengurangi tingkat kualitas. Seperti pada saat produksi pada bahan, alat produksi dan yang berkaitan produksi lainnya agar sedikit dikurangkan dalam pengeluaran biaya nya yang digunakan. Apabila dapat dilakukan maka harga tersebut bisa disesuaikan. Sehingga konsumen dapat menerima harga yang sesuai.

2. Promosi

Promosi yang dilakukan kurang baik bila dilakukan hanya dengan mulut ke mulut dan melalui media social untuk di sebut promosi, karena masih banyak yang harus dilakukan dalam hal promosi. Seharusnya Promosi itu dapat dilakukan lebih banyak lagi dengan cara penambahan promosi seperti diadakannya setiap event tertentu agar lebih memperkenalkannya merek tersebut . Apabila promosi lebih banyak dilakukannya dapat lebih banyak orang mengenal garment She NN.