

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penggabungan merek dengan ekuitas merek air mineral Aqua Danone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penggabungan merek yang tepat akan membuat ekuitas merek suatu produk semakin tinggi, sebaliknya penggabungan merek yang tidak tepat akan mengakibatkan rendahnya ekuitas merek suatu produk.

Ekuitas merek ditentukan oleh penggabungan merek sebesar 11,68% dan sisanya sebesar 88,32% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti citra merek yang tidak baik, rendahnya kualitas produk, kurangnya informasi produk, iklan yang tidak sesuai, tidak ditanggapinya keluhan pelanggan dan banyaknya pesaing.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penggabungan merek (*co-branding*) dengan ekuitas merek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa penggabungan merek merupakan salah satu faktor yang menentukan ekuitas merek.

Implikasi dari penelitian ini adalah ekuitas merek dipengaruhi oleh penggabungan merek. Selain itu, air mineral Aqua Danone harus melakukan strategi penggabungan merek yang tepat agar ekuitas merek Aqua Danone tidak menurun. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa indikator yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah asosiasi merek, sedangkan indikator yang memiliki pengaruh terendah adalah kesetiaan merek. Dalam hal ini mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta memiliki asosiasi merek yang baik mengenai air mineral merek Aqua Danone sehingga dapat meningkatkan kekuatan dan ekuitas merek air mineral Aqua Danone. Oleh karena itu, pihak Aqua Danone harus mempertahankan kekuatan dari segi asosiasi mereknya (harga, kemasan, kualitas, dan lain-lain). Selain itu, Aqua Danone harus meningkatkan tingkat kesetiaan merek sehingga ekuitas merek Aqua Danone dapat meningkat.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan ekuitas merek adalah :

1. Dalam melakukan strategi penggabungan merek, pihak perusahaan sebaiknya memilih *partner* merek yang memiliki reputasi yang baik serta ekuitas merek yang tinggi. Selain itu, pihak perusahaan harus memperhatikan kecocokan antara merek yang saling bergabung.

2. Air mineral Aqua Danone memiliki tingkat kesetiaan merek yang rendah, oleh karena itu air mineral Aqua Danone harus terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas produknya agar berbeda dari air mineral merek lainnya sehingga konsumen akan lebih loyal pada Aqua Danone dan dapat meningkatkan ekuitas merek air mineral Aqua Danone.
3. Suatu perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek seperti asosiasi merek, kesadaran merek dan kesetiaan merek.