BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen jeans pada distro Peter Says Denim Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1. Upaya Distro PSD dalam membangun citra merek yang positif dilihat dari keunggulan, kekuatan dan keunikan mereknya yang tergolong cukup baik dengan upaya menjaga kualitas produk secara konsisten, pembaharuan desain jeans, promosi, kolaborasi dengan *brand* terkenal, dan memiliki saluran distribusi di dalam maupun luar negeri.
- 2. Tanggapan responden tentang citra merek pada Distro Peter Says Denim termasuk kedalam kategori cukup baik, hal ini terjadi karena efektifnya upaya yang dilakukan Distro Peter Says Denim dalam membangun citra mereknya.
- Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen jeans pada Distro Peter Says Denim dalam kategori cukup baik.
- 4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen jeans Distro Peter Says Denim dengan tingkat pengaruh yang cukup erat.

Dari pembahasan di Bab IV tentang tanggapan responden akan upaya membangun citra merek pada Distro Peter Says Denim terdapat beberapa masalah, yaitu :

- a) Mayoritas konsumen belum merasakan kenyamanan dalam menggunakan produk jeans PSD, Hal ini dikarenakan harapan konsumen yang tinggi mengenai kenyamanan menggunakan jeans belum dapat dirasakan oleh konsumen, konsumen menganggap tingkat kenyamanan jeans PSD belum sebanding dengan harga jeans yang mahal.
- b) Mayoritas konsumen belum merasakan adanya variasi dan model produk jeans PSD yang *fashionable*, konsumen menganggap bahwa variasi dan model produk jeans PSD kurang *up-to-date*.
- c) Mayoritas konsumen belum merasakan adanya sistem pelayanan penjualan yang baik di Distro PSD. Hal ini dikarenakan kurang maksimalnya pelayanan pencatatan pesanan, pencatatan kebutuhan pelanggan, pemberian bonus yang di berikan PSD sehingga konsumen merasa kurang puas terhadap sistem pelayanan penjualan PSD.
- d) Mayoritas konsumen belum merasa percaya terhadap Distro PSD. Hal ini dikarenakan kekecewaan konsumen terhadap promosi yang dilakukan oleh PSD. PSD tidak konsisten terhadap promosinya dengan *merestock* kembali jeans yang sudah *sold out* dan memberikan diskon yang besar sehingga konsumen yang telah membeli dengan harga normal merasa kecewa dan tidak percaya lagi terhadap merek PSD yang selama ini dipandang eksklusif oleh konsumen.

- e) Mayoritas konsumen merasakan popularitas merek PSD menurun. Hal ini dikarenakan adanya kasus penipuan yang menimpa *owner* Peter Says Denim sehingga mengakibatkan adanya persepsi konsumen yang negatif terhadap merek PSD.
- f) Mayoritas konsumen belum merasakan kemudahan untuk mengingat merek PSD. Hal tersebut dikarenakan kemunculan beberapa distro pesaing yang lebih mampu memenuhi kepuasan konsumen, sehingga pengingatan konsumen terhadap merek PSD menurun.
- g) Mayoritas konsumen belum merasakan adanya desain yang original, hal tersebut dikarenakan konsumen menilai desain PSD kurang update dan cenderung sedikit meniru desain jeans *brand* luar negeri.
- h) Mayoritas konsumen belum merasa tertarik untuk melakukan pembelian dengan promosi yang dilakukan distro PSD, sebagian besar konsumen merasa promosi yang dilakukan PSD terutama dalam *interactive marketing* (instagram,facebook,web,twitter) jarang diperbaharui sehingga menyulitkan konsumen untuk mengetahui informasi terbaru mengenai produk jeans PSD.

5.2 Saran

Pada bagian akhir ini, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan. Adapun saran-saran yang penulis ajukan antara lain:

 Guna mengatasi permasalahan "kenyamanan menggunakan produk jeans Distro PSD". Sebaiknya Distro Peter Says Denim lebih memperhatikan kenyamanan konsumen dalam menggunakan produknya, dengan meningkatkan standar kualitas kenyamanan pada produk jeansnya. melakukan *quality control* terhadap *finish good* produk jeans yang berasal dari vendor secara *continue*.

- 2. Guna mengatasi permasalahan "Variasi dan model produk jeans PSD fashionable dan memenuhi gaya hidup konsumen". Sebaiknya Distro Peter Says Denim memperbanyak variasi dan model produk jeans dengan melakukan inovasi-inovasi baru, sehingga konsumen banyak pilihan alternatif dalam memilih produk jeans PSD.
- 3. Guna mengatasi permasalahan "Sistem Pelayanan Penjualan" Sebaiknya dalam membangun citra merek yang positif Distro Peter Says Denim melakukan evaluasi dan meningkatkan sistem pelayanan penjualannya diantaranya dari segi pencatatan pesanan pelanggan, pencatatan kebutuhan pelanggan, pemberian bonus, pemberian hadiah pada waktu-waktu tertentu kepada pelanggan, menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan kembali, sehingga konsumen merasa puas akan sistem pelayanan penjualan yang diberikan Peter Says Denim.
- 4. Guna mengatasi permasalahan "kepercayaan, popularitas dan pengingatan konsumen terhadap merek Peter Says Denim", Distro Peter Says Denim harus melakukan upaya untuk memperbaiki citra mereknya dalam benak konsumen, adapun strategi yang harus dilakukan Distro Peter Says Denim guna memperbaiki dan meningkatkan kepercayaan konsumennya adalah meningkatkan kualitas produk jeansnya, memperbaiki strategi promosi

penjualannya yang selama ini dianggap mengecewakan konsumen, menggandeng *celebrity endorsement* yang selama ini belum di *endorse*, ikut serta dalam berbagai *event* yang dapat meningkatkan citra merek yang positif bagi konsumen,.

- 5. Guna mengatasi permasalahan Produk jeans memiliki desain yang original, Distro Peter Says denim harus meningkatkan dalam segi pembaharuan desain produk jeansnya dengan lebih memperhatikan riset, inovasi dan membuat desain jeans terbaru, sehingga konsumen dapat menilai bahwa desain celana jeans yang dimiliki PSD original.
- 6. Guna mengatasi permasalahan "Promosi Distro PSD (Facebook, twitter, instagram, web, *event and experience*)". Distro Peter Says denim harus meningkatkan dalam strategi promosi melalui media internet (web, instagram, twitter, facebook), melalui radio, billboard, brosur. Sehingga hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.