

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Setelah melalui upaya yang panjang dan dengan kesungguhan yang maksimal, maka penulis sampai pada bab terakhir yang merupakan intisari dari pembahasan penelitian ini. Pada bab ini, akan kami ketengahkan beberapa simpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang “Analisis Pengambilan Keputusan *Customer* tentang Ekuitas Merk pada Distro Locked Target Kudus”. Maka penulis dapat menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. Implementasi pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk pada Distro Locked Target Kudus adalah pertama masalah *design*, artinya model yang diberikan oleh pihak distro akan menekankan pada sisi lebih, agar *customer* menikmati dan mencintai segala produknya, kedua, dengan memberikan keunikan pada setiap produk yang dihasilkan maka *customer* akan merasa puas.
2. *Customer* memperhatikan tentang ekuitas merk pada Distro *Locked Target* Kudus dengan alasan memberikan kepuasan kepada *customer*, dengan memperhatikan design, simbol dan keunikan dari berbagai produk yang dikeluarkan oleh distro tersebut, sedangkan alasannya adalah agar *customer* puas dengan apa yang dibelinya dengan memberikan nilai tambah yang komprehensif.
3. Penghambat dalam pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk meliputi dari segi penjualan, yaitu banyaknya persaingan antara toko yang lain, kemudian banyak barang-barang (*fashion*) yang murah di toko yang lain. Adapun pendorong pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk adalah penyebaran pemesanan dari konsumen, kedua, penyebaran reseller ke berbagai kios.

## B. Saran-saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini, dengan berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka ada beberapa hal yang mungkin dapat menjadi bahan masukan antara lain:

1. Dalam ekuitas merk, pemilik Distro harus lebih variatif, inovatif dalam meningkatkan kualitas design, agar *customer* puas dengan apa yang dibelinya.
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam ekuitas merk dalam pengambilan keputusan *customer*.
3. Diharapkan dapat memberi solusi dalam penjualan produk, agar nantinya ekuitas merk dalam pengambilan keputusan *customer* berjalan dengan maksimal.

## C. Kata Penutup

Puji syukur kehadirat *Illahi Rabbi* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Usaha yang optimal telah penulis curahkan, akan tetapi karena keterbatasan kemampuan penulis, skripsi ini banyak kekurangannya dan jauh dari kesempurnaan. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan masukan baik saran maupun kritik yang konstruktif dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, ucapan terima kasih penulis tujukan kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangsih baik tenaga, pikiran dan do'a. Penulis berharap skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat. Amin.