

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis *brand image* pada produk benih padi merek “Cap Tangan”, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil skoring nilai untuk setiap variabel *brand image*, diperoleh nilai variabel *strength* sebesar 3,59, variabel *uniqueness* sebesar 3,8 dan variabel *favorable* sebesar 3,3. Sedangkan untuk rata-rata seluruh variabel adalah 3,56 yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki pandangan bahwa citra merek dari produk benih padi merek “Cap Tangan” positif.
2. Hasil analisis kedelapan atribut, didapatkan beberapa kendala yang menjadi hambatan dalam membangun citra merek produk. Masalah tersebut dapat menjadi evaluasi bagi Kebun Benih Jabon seperti, kurangnya promosi, baik promosi barang atau promosi harga, sedangkan dalam hal memasarkan produk, suatu promosi memiliki peran yang sangat penting untuk memperkenalkan suatu produk. Kurangnya penjagaan kualitas dalam hal sortir produk benih padi. Daya tahan produk yang kurang baik. Kemasan yang jarang ditemui para konsumen khususnya konsumen di desa Jabon dan kemasan yang kurang memenuhi harapan konsumen membuat kurangnya informasi akan produk dan kurang membuat keterkaitan antara produk dan konsumen. Pelayanan yang kurang menyeluruh karena keterbatasan waktu; Legalitas yang kurang dipahami oleh beberapa konsumen. Nama merek yang masih belum diketahui oleh sebagian konsumen. Logo yang belum mampu mewakili produk karena ada produsen kompetitor yang memiliki logo hampir sama dengan Cap Tangan.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang diperoleh, maka disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan citra merek yang baik, maka Kebun Benih Jabon harus lebih peka melihat harapan yang diinginkan oleh konsumen agar dapat

menciptakan kesamaan pandangan akan citra produk benih padi merek “Cap Tangan” . Karyawan Kebun Benih Jabon sebaiknya dapat menempatkan diri tidak hanya sebagai produsen namun sebagai konsumen juga harus mampu melihat apa yang diinginkan konsumen melalui survei dan sosialisasi karyawan Kebun Benih Jabon kepada para konsumennya. Hasil penelitian dari citra produk yang baik harap dipertahankan sedangkan beberapa atribut yang dinilai masih kurang harap dapat ditingkatkan lagi.

2. Produk benih padi merek “Cap Tangan” harus lebih memperhatikan promosi atau iklan. Memperbaiki kualitas sumber daya manusia dari karyawan Kebun Benih Padi melalui *training* anggota dan evaluasi atas kinerja setiap minggunya. Memperhatikan daya tahan produk dan desain kemasan yang dipasarkan di daerah Jabon. Pelayanan yang lebih menyeluruh kepada seluruh konsumen dengan menambah waktu untuk pelayanan konsumen. Kebun Benih Jabon sebaiknya menjual produk dengan kemasan pada pembelian produk berapapun jumlahnya. Desain kemasan dan logo harus dibuat semanarik mungkin dan berbeda dengan produk-produk dari perusahaan lainnya. Logo harus simpel atau sederhana namun mampu membuat konsumen mengingat dan tertarik bahwa itu simbol dai benih padi merek “Cap Tangan”

