

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai Pengaruh *Brand Equity* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. *Brand equity* halal yang kuat di Aroma Bakery & Cake Shop mempengaruhi inovasi produk yang telah dilakukan, hal ini merupakan upaya Aroma Bakery & Cake Shop dalam menjaga dan meyakini konsumen dalam membeli produk di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau.
2. *Brand equity* kehalalan produk di Aroma Bakery & Cake Shop yang kuat akan menggambarkan bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah menggambarkan merek yang positif dalam benak konsumen. Dengan adanya *brand equity* yang menggambarkan kehalalan produk di Aroma Bakery & Cake Shop secara tak langsung akan meningkatkan keputusan pembelian di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau dari para pesaingnya.
3. Inovasi produk yang dilakukan oleh Aroma Bakery & Cake Shop dengan terus menambah varians rasa produk dan menambahkan produk yang belum ada sebelumnya di Aroma Bakery & Cake Shop yang sesuai dengan selera konsumen akan menjadikan produk di Aroma Bakery &

Cake Shop lebih bervariasi dan akan membuat konsumen tidak jenuh akan produk yang dihasilkan oleh Aroma Bakery & Cake Shop.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Aroma Bakery & Cake Shop bisa menjaga dan terus meningkatkan *brand equity* di Aroma Bakery & Cake Shop dengan mempertahankan label halal yang dimiliki agar memberikan nilai positif merek produk di benak konsumen.
2. Sebaiknya Aroma Bakery & Cake Shop melakukan inovasi produk dengan selalu melihat keinginan konsumen dengan selalu melakukan survey melalui kotak saran mengenai produk-produk bakery yang terus berkembang agar dapat melihat keinginan konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian di Aroma Bakery & Cake Shop.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, hendaknya dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya seperti desain produk, kualitas produk dan lain-lain, yang kiranya dapat memperluas penelitian ini. Karena tidak menutup kemungkinan hasil yang didapat akan semakin menambah wawasan peneliti dan pembaca.