

Bab 6

KESIMPULAN

6.1. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh keputusan program terhadap citra merek Global TV dan persepsi konsumen terhadap *Brand Equity*-nya pada Bab V, maka isu-isu yang muncul, sehingga kesimpulan dari perubahan keputusan program acara atau konten acara yang dilakukan oleh Global TV adalah :

1. Keberhasilan program acara pada siaran televisi akan memperbaiki persepsi merek mereka mengenai kualitas broadcast (siaran televisi). Namun Global TV belum merasakan hal ini karena pemilihan program acara atau *content* masih dirasakan kurang oleh responden.
2. Penilaian yang diberikan oleh responden terhadap *Brand equity* merek Global TV terhadap perubahan program acara atau *content* yang ditawarkan oleh Global TV, hal ini dapat dikatakan dengan perubahan program acara tersebut belum secara maksimal membantu Global TV untuk memperbaiki *Brand equity* mereka.

6.2. IMPLIKASI MANAGERIAL

- Fokus dalam pemilihan program acara yang akan ditampilkan di Global TV karena hal ini akan mempengaruhi pembentukan merek perusahaan: Memfokuskan pada program acara yang digunakan sebagai strategi merek perusahaan.
- Melakukan promosi dan publikasi secara gencar terhadap beberapa program acara unggulan oleh pihak Global TV kepada konsumen, dalam upaya pengumpulan kembali pemirsa yang menjadi target dari Global TV.
- Pembentukan awareness dapat meningkatkan formasi asosiasi merek. Pembentukan asosiasi pada merek mencapai hasil yang memungkinkan, dimana merek dapat digunakan untuk membentuk merek secara lebih

baik dalam benak konsumen, dan selanjutnya menghasilkan ekuitas merek Global TV yang lebih baik.

- Fokus program pemasaran pada satu atau dua asosiasi kunci: disini Global TV yang dibentuk secara unik dari para pesaingnya. Memfokuskan pada beberapa asosiasi kunci dan mendukungnya

6.3. SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Saran untuk penelitian yang akan datang adalah menambah jumlah sampel penelitian, disebarakan di daerah lain diluar Jakarta dan sekitarnya serta melakukan pengambilan sampel secara lebih spesifik. Hal ini dilakukan agar penelitian ini menjadi sempurna karena mewakili cakupan daerah dan responden yang lebih luas.