

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) antara bauran komunikasi pemasaran terhadap customer-based brand equity di Yogya Toserba Raya Kapatihan Bandung, maka berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai penerapan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh minyak goreng merek SunCo di industri minyak goreng bermerek, dinilai oleh sebagian pengguna termasuk pada kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan bauran komunikasi pemasaran telah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Dimensi bauran komunikasi pemasaran yang paling tinggi adalah online and social media marketing, sedangkan dimensi terendah yaitu event and experience marketing.
2. Gambaran dari customer-based brand equity diukur berdasarkan brand salience, brand performance, brand imagery, brand judgements, brand feelings dan brand resonance. Dimensi customer-based brand equity yang memiliki penilaian paling tinggi dari pengguna minyak goreng merek SunCo di Yogya Toserba Raya Kapatihan Bandung adalah brand salience, sedangkan dimensi dengan penilaian terendah yaitu brand feelings.
3. Bauran komunikasi pemasaran memiliki pengaruh yang positif terhadap customer-based brand equity. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik program bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh minyak goreng merek SunCo maka akan semakin baik customer-based brand equity yang dimiliki oleh minyak goreng merek SunCo.

## 1.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai bauran komunikasi pemasaran terhadap customer-based brand equity yaitu:

1. Penerapan bauran komunikasi pemasaran yang telah dilakukan minyak goreng merek SunCo secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan dapat dikategorikan tinggi pengaruhnya terhadap customer-based brand equity, tetapi terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki yaitu memperhatikan kembali acara-acara yang memberikan nilai dan pengalaman lebih bagi masyarakat. Event-event yang disponsori oleh minyak goreng merek SunCo sebaiknya diberikan sentuhan kreatif untuk menarik minat konsumen. Pemberian hadiah-hadiah (*doorprize*) secara gratis, penjualan produk minyak goreng SunCo dengan harga murah, menghadirkan narasumber yang disukai masyarakat dari kalangan selebriti, dokter, praktisi gizi dan lainnya. Hal-hal seperti ini membuat pelanggan akan lebih merasa diperhatikan. Sehingga hubungan SunCo dengan pelanggan lebih dari mencari keuntungan dalam bisnis semata.
2. Tanggapan pengguna terhadap dimensi-dimensi customer-based brand equity cukup baik, namun yang perlu diperhatikan dan diperbaiki adalah indikator-indikator dalam dimensi brand feelings yaitu kenyamanan dalam menggunakan merek, kegembiraan dalam menggunakan merek dan kesenangan dalam menggunakan minyak goreng merek SunCo. Hasil skor rata-rata persentase pengguna untuk dimensi brand feelings sangat kecil jika dibandingkan dengan dimensi customer-based brand equity lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena kinerja bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan minyak goreng merek SunCo belum maksimal. Maka dari itu penulis menyarankan perusahaan untuk melakukan kembali promosi produk dan melakukan pendekatan dengan pelanggan. Pendekatan yang tepat akan membentuk customer-based brand equity yang semakin baik.

3. Hasil penelitian menyatakan bauran komunikasi pemasaran berpengaruh positif dalam meningkatkan customer-based brand equity minyak goreng merek SunCo. Penulis merekomendasikan agar perusahaan yang memproduksi minyak goreng merek SunCo dapat terus mengkomunikasikan informasi produk, mempromosikan merek dan tetap mempertahankan serta meningkatkan kembali customer-based brand equity melalui pelaksanaan bauran komunikasi pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai bauran komunikasi pemasaran dengan indikator dan objek yang berbeda.