

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, data, pengolahan, dan analisis data serta pembahasan yang telah dijabarkan dan dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran atribut produk Citra *hand & body lotion* secara keseluruhan dinilai tinggi. Secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator yang dominan yaitu merek adalah indikator yang memberikan kontribusi paling tinggi karena merek Citra cukup mudah untuk diingat, daya tarik merek tinggi, dan nama merek mudah diucapkan. Indikator kedua adalah kemasan karena produk cukup mudah untuk disimpan, dibawa, dan digunakan serta informasi mengenai produk jelas. Indikator ketiga adalah kualitas karena produk memiliki aroma wangi, kandungan yang alami, serta melembapkan kulit. Indikator keempat adalah desain warna yang menarik tetapi desain simbol/logo yang tidak menarik. Fitur adalah dimensi yang paling rendah karena walaupun manfaat dan jenis produk beragam..
2. Gambaran iklan TV Citra *hand & body lotion* secara dinilai tinggi. Secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator yang dominan yaitu pesan iklan adalah indikator yang memberikan kontribusi paling tinggi karena alur cerita mudah dipahami, model iklan, desain gambar, serta jingle yang menarik, motto iklan mudah diingat, serta informasi produk dapat dipercaya. Indikator yang kedua yaitu media iklan tepat dengan menggunakan media televisi, daya tarik iklan tinggi, dan frekuensi penayangan iklan durasi iklan tinggi.

3. Gambaran loyalitas pelanggan Citra *hand & body lotion* di Kelurahan Cibeureum Kecamatan Cimahi Selatan tergolong tinggi. Secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator yang dominan Indikator dengan nilai tertinggi yaitu kekebalan terhadap daya tarik produk pesaing. Indikator kedua yaitu frekuensi pembelian ulang. Indikator ketiga yaitu pembelian antar lini produk. Indikator dengan nilai paling rendah yaitu rekomendasi produk kepada orang lain.
4. Atribut produk berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Citra *hand & body lotion*. Atribut produk merupakan salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
5. Iklan TV berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Citra *hand & body lotion*. Pengaruhnya lebih rendah dari atribut produk karena iklan TV memang bukan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Sebagai elemen promosi iklan merupakan salah satu cara yang dilakukan para pemasar dalam menyampaikan pesan penjualan.
6. Atribut produk dengan iklan TV mempunyai hubungan yang positif dan tinggi, serta mempunyai hubungan yang berarti (signifikan) yang dilihat berdasarkan uji t dua pihak.
7. Secara simultan atau bersama-sama, atribut produk dan iklan TV berpengaruh sangat tinggi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Keseimbangan antara produk yang sesuai dengan selera konsumen disertai dengan teknik promosi yang tepat akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Citra *hand & body lotion*, maka PT. Unilever Indonesia sebagai produsen harus lebih meningkatkan kinerja periklanan dan selalu mengembangkan atribut produknya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hal-hal yang perlu direkomendasikan yaitu:

- a. Meningkatkan kinerja periklanan yaitu dengan berkaitan dengan durasi dan frekuensi iklan yaitu dengan menayangkan iklan pada waktu *prime time* agar dapat mencapai pasar sasaran. Hal tersebut bertujuan untuk menginformasikan produk (atribut produk dan keunggulan produk dibandingkan dengan produk pesaing), mempengaruhi konsumen untuk membeli, menyegarkan informasi yang telah diterima konsumen, serta menciptakan suasana yang menyenangkan sewaktu konsumen menerima dan mencerna informasi.
- b. Mengembangkan atribut produk yaitu dengan mengembangkan fitur dengan meningkatkan fitur produk karena sampai saat ini ini masih terbatas pada tiga jenis produk yaitu *Citra Beauty Lotion*, *Citra White Lotion*, *Citra Green Tea*. Fitur produk dikembangkan dengan menawarkan berbagai manfaat produk dan jenis produk yang lebih beragam lagi. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih banyak memiliki pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Cara lainnya adalah dengan mengembangkan desain produk yang lebih menarik karena dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya.yaitu dalam hal warna atau simbol/logo produk.

