

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* (analisis jalur), maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja *brand child* produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag) yang diukur melalui dimensi *physical*, *personality*, *imaginary*, *reflection*, dan *relationship* berada dalam kategori sangat tinggi. Dimensi *relationship* memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan keputusan pembelian produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag), hal ini disebabkan karena hubungan merek Bendera (Frisian Flag) dengan anak-anak sebagai segmen pasarnya sangat kuat.
2. Keputusan pembelian produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag) yang diukur melalui dimensi *product characteristic*, *reference group*, *retail environment*, dan *promotion* berada dalam kategori sangat tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah *product characteristic*, yaitu karakteristik khas produk yang membedakannya dari produk yang lain dan dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan kata lain, setiap produk memiliki karakteristik sendiri yang membuatnya berbeda dari para pesaingnya, seperti keunikan kemasan produk susu Bendera (Frisian Flag) dibanding

merek lain, keunikan aroma produk susu Bendera (Frisian Flag) dibanding merek lain, kekuatan daya tahan produk susu Bendera (Frisian Flag), dan kualitas manfaat produk susu Bendera (Frisian Flag).

3. Berdasarkan hasil penelitian kinerja *brand child* yang terdiri dari *physical*, *personality*, *imaginary*, *reflection*, dan *relationship* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag).

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kinerja *brand child* agar dapat meningkatkan keputusan pembelian yaitu:

1. *Imaginary* dari produk susu Bendera (Frisian Flag) harus dikelola dengan baik diantaranya dengan daya tarik iklan yang lebih dikemas menyesuaikan target pasarnya yaitu anak-anak sehingga iklan produk susu Bendera (Frisian Flag) harus lebih bisa meningkatkan imajinasi anak akan produk susu Bendera (Frisian Flag), serta kesesuaian visualisasi atau tampilan produk susu Bendera (Frisian Flag) yang disesuaikan dengan keinginan dan selera anak-anak yang rentan akan berpindah merek.
2. Masih terdapat faktor lain diluar kinerja *brand child* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan kegiatan lainnya yang dapat menunjang kinerja *brand child* serta dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk susu

pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag), misalnya dengan strategi *positioning* produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag), serta kegiatan lainnya yang dapat dilakukan oleh produk susu pertumbuhan merek Bendera (Frisian Flag) guna meningkatkan keputusan pembeliannya.

