

## 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. Gambaran seluruh responden siswi pengguna sabun pembersih wajah Biore di SMK Pasundan 1 Bandung menyatakan bahwa variasi produk berada pada kategori tinggi. Dimensi dari variasi produk yang paling tinggi skornya adalah variasi harga dibandingkan dengan variasi ukuran, variasi tampilan dan variasi kesesuaian. Hal ini disebabkan karena harga merupakan sesuatu yang diutamakan oleh responden sebelum memutuskan membeli sabun pembersih wajah. Sehingga dapat diketahui bahwa siswi pengguna sabun pembersih wajah Biore di SMK Pasundan 1 Bandung menilai bahwa variasi dari harga sabun pembersih wajah Biore cukup dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Dan masih banyak hal yang harus diperbaiki khususnya untuk dimensi variasi ukuran Biore. Karena konsumen saat ini cenderung memilih untuk membeli Biore dengan variasi ukuran sehingga bisa disesuaikan dengan kebutuhannya.
2. Gambaran loyalitas merek responden siswi pengguna sabun pembersih wajah Biore di SMK Pasundan 1 Bandung berada dalam kategori cukup tinggi. Dimensi dari loyalitas merek yang paling tinggi skornya adalah *satisfied buyer*

dibandingkan dengan *switcher*, *habitual buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*. Hal ini bisa dikatakan bahwa responden merasa puas dengan sabun pembersih wajah Biore karena sabun pembersih wajah Biore dirasa sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan,

3. Pengaruh variasi produk terhadap loyalitas merek pada siswi pengguna sabun pembersih wajah Biore di SMK Pasundan 1 Bandung dinilai positif dilihat dari koefisien determinasi antara kedua variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang kuat yaitu sebesar 77.8%.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai variasi produk agar dapat meningkatkan loyalitas merek yaitu :

1. Berdasarkan variasi ukuran, penulis merekomendasikan pada perusahaan untuk memperhatikan ukuran dari Biore dengan menyediakan ukuran yang lebih variatif sehingga memperbanyak pilihan bagi konsumen. Dengan variasi ukuran akan dapat menarik perhatian konsumen terlebih jika ukuran Biore dikembangkan lagi seperti menyediakan ukuran Biore yang lebih kecil lagi dari yang ada atau membuat ukuran Biore yang sedang dari ukuran yang ada. Hal ini dapat lebih memberikan banyak pilihan bagi konsumen sehingga bisa disesuaikan dengan kebutuhannya.
2. Persepsi responden terhadap loyalitas merek sudah baik, namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki, guna mendapatkan keuntungan jangka panjang. Berdasarkan hasil penelitian indikator loyalitas merek pada

bagian *liking the brand* merupakan nilai yang tergolong rendah. Artinya bahwa konsumen masih memiliki keraguan terhadap merek sabun pembersih wajah Biore. Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih meyakinkan kembali kepada pelanggan sabun pembersih wajah Biore, seperti menggunakan iklan artis cantik yang terkenal, memberi hadiah berupa barang atau kupon, atau dapat bertemu dengan idolanya jika membeli produk Biore sampai mensponsori event-event yang diadakan remaja wanita. Hal ini dilakukan supaya pelanggan lebih dihargai atas kepercayaan yang telah diberikan kepada Biore. Cara pendekatan ini, dilakukan untuk mendekatkan merek sabun pembersih wajah Biore dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kesukaan terhadap merek sabun pembersih wajah Biore dimata pelanggan dalam menjaga kesetiaan terhadap merek Biore.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh variasi produk terhadap loyalitas merek, maka penulis merekomendasikan agar PT. Kao Indonesia sebagai produsen sabun pembersih wajah Biore tetap memakai strategi variasi produk. Tetapi hal ini harus tetap dibarengi dengan inovasi terhadap produknya seperti menciptakan aroma yang lebih wangi seperti aroma buah jeruk atau apel dalam produk sabun pembersih wajah Biore sehingga dengan adanya aroma yang lebih bervariasi ini agar menjaga pelanggan supaya tidak cepat bosan. Hal tersebut patut untuk diperhatikan sebagai daya tarik, agar pelanggan Biore tidak berpindah ke merek lain.