

## 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 tayangan iklan di televisi secara keseluruhan dinilai cukup tepat. indikator-indikator yang paling dominan dari indikator lainnya adalah indikator pesan yaitu ukuran kesesuaian isi pesan dengan produk yang ditawarkan. Indikator tertinggi kedua menurut tanggapan responden yang mendapat skor tertinggi dan yang paling dominan adalah indikator pesan yaitu kemudahan mengingat pesan pelemab muka Olay dan yang paling rendah menurut tanggapan responden adalah indikator media yaitu ketepatan waktu penayangan.
2. Gambaran citra merek (*brand image*) secara keseluruhan dinilai cukup tinggi indikator-indikator yang paling dominan dari indikator lainnya adalah indikator kesan kulaitas yaitu identiknya harga dengan kualitas. Indikator tertinggi kedua menurut tanggapan responden yang mendapat skor tertinggi dan yang paling dominan adalah indikator assosiasi merek yaitu kesamaan istilah terhadap merek dan yang paling rendah menurut tanggapan responden adalah indikator pengenalan merek yaitu pengenalan merek dalam benak konsumen.

3. Terdapat pengaruh tayangan iklan di televisi terhadap citra merek produk pelembab muka Olay. Adapun tingkat pengaruh tayangan iklan di televisi terhadap citra merek produk pelembab muka Olay pada mahasiswi pengguna pelembab muka Olay jurusan Ekonomi angkatan 2006 FPIPS UPI termasuk kategori rendah. artinya bahwa citra merek pelembab muka Olay pada mahasiswi pengguna pelembab muka Olay jurusan Ekonomi angkatan 2006 FPIPS UPI dipengaruhi oleh tayangan iklan di televisi sebesar 37.6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas sebagai saran untuk meningkatkan citra merek pelembab muka Olay pada mahasiswi pada mahasiswi pengguna pelembab muka Olay jurusan Ekonomi angkatan 2006 FPIPS UPI melalui tayangan iklan di televisi, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Perusahaan pelembab muka Olay perlu memperhatikan dan meningkatkan waktu penayangan iklan televisi melalui memilih waktu *prime time* dimana dalam waktu ini banyak orang yang melihat iklan tersebut. Hal lainnya yang perlu diperhatikan Perusahaan hendaknya mengkomunikasikan dan menginformasikan mengenai produk pelembab muka Olay dengan frekuensi yang lebih sering sehingga pelembab muka Olay lebih dikenal oleh konsumen.
2. Perusahaan pelembab muka Olay perlu memperhatikan dan meningkatkan pengenalan merek Olay melalui pesan yang mudah diingat dan tampil beda

dibandingkan dengan lainnya serta harus ada hubungannya antara merek dengan kategori produknya dan melakukan pengulangan untuk meningkatkan pengenalan.

