

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai atribut produk sabun mandi cair kesehatan merek Biore secara umum **cukup baik**. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tanggapan responden berikut ini:
 - a. Tanggapan responden terhadap atribut produk pada dimensi kualitas produk yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah pernyataan rangkaian sabun mandi cair yang ditawarkan sangat praktis dalam pemakaian sedangkan skor terendah adalah pernyataan bahan alami yang terkandung dalam produk tidak mengakibatkan efek samping.
 - b. Kemudian pada dimensi fitur atau ciri-ciri produk skor tertinggi ukuran yang ditawarkan sabun mandi cair sangat beragam, sedangkan skor terendah adalah pada pernyataan kesesuaian tampilan dengan manfaat yang dirasakan.

- c. Pada dimensi rancangan produk yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah pada pernyataan rancangan warna yang ditawarkan oleh sabun mandi cair kesehatan Biore, sedangkan yang memiliki skor terendah adalah pada pernyataan kemenarikan bentuk kemasan yang ditawarkan oleh sabun mandi cair kesehatan merek Biore.
- d. Kemudian pada dimensi merek produk pernyataan yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah pada pernyataan tingkat daya tarik merek berdasarkan kesan kualitas, sedangkan skor terendah pada item pernyataan tingkat kemudahan mengingat merek produk.
- e. Kemudian pada dimensi kemasan produk pernyataan yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah item pernyataan tingkat perlindungan kemasan terhadap isi mendapatkan skor paling tinggi, sedangkan skor terendah pada item pernyataan bentuk kemasan memberikan kemudahan dalam penggunaan produk.
- f. Kemudian pada dimensi label produk item pernyataan yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah item pernyataan kejelasan informasi yang diberikan oleh label produk, sedangkan skor terendah adalah pada item pernyataan tingkat kejelasan pembeda yang diberikan oleh label sabun mandi cair kesehatan merek Biore.

2. Gambaran mengenai ekuitas merek sabun mandi cair kesehatan Biore secara umum **cukup baik**. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tanggapan responden berikut ini:
 - a. Tanggapan responden terhadap ekuitas merek pada dimensi *brand salience* sebagian besar konsumen menyatakan mudah untuk mengingat logo sabun mandi cair kesehatan merek Biore dimana item pernyataan ini merupakan item yang paling baik berdasarkan skor tertinggi, sedangkan kemudahan untuk mengingat nama merek sabun mandi cair kesehatan merek Biore merupakan item yang memiliki skor terendah.
 - b. Kemudian untuk dimensi *brand performance*, kualitas tambahan sabun mandi cair kesehatan merek Biore merupakan item paling baik dimana item ini merupakan item yang memiliki skor tertinggi, sedangkan kualitas manfaat primer sabun mandi cair masih belum cukup baik dimana kualitas manfaat primer ini mendapat skor paling rendah.
 - c. Pada dimensi *brand imagery* pada item pernyataan kesesuaian antara merek sabun mandi cair dengan kepribadian responden merupakan pernyataan paling baik dimana item ini memiliki skor tertinggi, sedangkan skor terendah adalah pada item pernyataan kesesuaian antara harga yang ditawarkan merek sabun mandi cair dengan tingkat pendapatan.

- d. Kemudian pada dimensi *brand judgement* item pernyataan yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah pada item pernyataan kesesuaian merek dengan kelayakan produk sabun mandi cair kesehatan, dan skor terendah adalah pada item pernyataan tingkat pertimbangan untuk menggunakan merek sabun mandi cair kesehatan merek Biore.
- e. Kemudian pada dimensi *brand feelings* item pernyataan yang paling baik dimana memiliki skor tertinggi adalah pada item pernyataan kenyamanan dalam menggunakan sabun mandi cair kesehatan merek Biore, sedangkan skor terendah adalah pada pernyataan kebanggaan yang dirasakan dalam menggunakan merek sabun mandi cair kesehatan Biore
3. Pengaruh antara atribut produk dengan ekuitas merek sabun mandi cair kesehatan merek Biore secara umum memiliki pengaruh yang **kuat**, hal tersebut dapat dilihat pada dimensi merek produk memiliki hubungan yang **sangat kuat** dengan ekuitas merek sabun mandi cair kesehatan merek Biore, sedangkan dimensi kualitas produk, fitur atau ciri-ciri produk, kemasan produk, rancangan produk dan label produk memiliki hubungan yang **kuat** dengan ekuitas merek sabun mandi cair kesehatan Biore.

5.1 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis berusaha memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi PT. Kao Indonesia, yaitu sebagai berikut:

1. Hendaknya PT. Kao Indonesia lebih memberikan perhatian pada dimensi merek produk, karena terbukti dari hasil penelitian ini bahwa kontribusi dimensi ini sangat besar terhadap ekuitas merek, yang diharapkan akan menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap sabun mandi cair kesehatan Biore dan akan berujung pada peningkatan ekuitas merek dan keunggulan bersaing bagi produk perusahaan ini.
2. Berkenaan dengan *brand resonance*, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa loyalitas terhadap merek sabun mandi cair kesehatan Biore memperoleh penilaian terendah dari konsumen. Dengan kata lain bahwa para pelanggan sabun mandi cair kesehatan merek Biore dirasakan kurang loyal atau kurang setia terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, PT. Kao Indonesia selaku produsen sabun mandi cair kesehatan Biore harus bisa memperbaiki produk mereka dalam hal yang berkaitan dengan *brand resonance* terutama dalam hal loyalitas pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas atau mutu produknya, harga jual yang sesuai dengan kualitas produk dan pendapatan konsumen, desain/rancangan yang unik, menarik, memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki daya saing yang tinggi, memiliki *brand value* yang kuat, yang memiliki rancangan yang baik seperti menyenangkan untuk dilihat, mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, serta dibuang,

selain itu juga harus bisa memberikan suatu informasi yang jelas mengenai produk, yang tidak membingungkan konsumen dan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan semua hal tersebut diharapkan bisa menarik kembali para konsumen dan dapat meningkatkan tingkat loyalitas atau kesetiaan para konsumen terhadap produk sabun mandi cair kesehatan Biore tersebut.

