

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan fakta dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perluasan merek dengan citra merek produk Lifebuoy pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ. tingkat Perluasan merek tinggi akan mempengaruhi tingginya citra merek, sebaliknya Tingkat perluasan merek yang rendah akan mengakibatkan rendahnya citra merek produk.

Pada variabel perluasan merek, terlihat bahwa indikator Reputasi adalah yang paling dominan menentukan citra merek atau yang tertinggi pengaruhnya yaitu sebesar 27,66%, kemudian indikator Similiaritas sebesar 24,87%, selanjutnya adalah indikator inovasi sebesar 24,25% dan yang terakhir indikator *Perceived risk* sebesar 23,21%.

Citra merek Lifebuoy ditentukan oleh Perluasan Merek sebesar 62,34%. dan sisanya sebesar 37,66 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga, celebrity endorsement, kepuasan konsumen dan kualitas produk

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa antara perluasan merek dengan citra merek produk Lifebuoy pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ. Hal ini membuktikan bahwa perluasan merek merupakan salah satu faktor yang menentukan citra merek.

Implikasi dari penelitian ini adalah PT.Unilever harus berhasil dalam melakukan perluasan merek dalam hal ini produk Lifebuoy agar konsumen lebih tertarik pada produk tersebut. Dengan demikian citra merek Lifebuoy pun akan semakin tinggi di mata konsumen.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa reputasi adalah faktor yang paling dominan. Maka perluasan yang berhasil apabila reputasi merek induk tinggi, akan berpengaruh terhadap citra produk tersebut sehingga produk perluasan akan mudah di terima masyarakat. Kemudian similiaritas juga mendukung citra merek, karena jika fitur pada shampo Lifebuoy memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi pada fitur sabun Lifebuoy, maka konsumen akan menyukai produk shampo Lifebuoy yang semakin mirip dan sesuai dengan merek induknya, sabun Lifebuoy.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas dalam rangka meningkatkan citra merek, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti kepada perusahaan adalah:

1. Perlu adanya peningkatan inovasi dalam perluasan merek dalam menarik mahasiswa untuk memakai produk Lifebuoy.
2. Perusahaan tetap mempertahankan konsistensi pada perluasan merek Lifebuoy sesuai dengan kategori merek induknya, agar merek tersebut memiliki identitas yang jelas sehingga tidak membingungkan konsumen dalam mengkategorikan merek induk dan merek perluasannya, serta produk hasil perluasan merek tersebut akan lebih mudah diterima konsumen.