

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kepada uraian analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yaitu:

1. Citra produk *The Body Shop* dalam diri konsumen di Kota Padang relatif tinggi. Pengalaman positif yang dirasakan konsumen dalam menggunakan produk *The Body Shop* menjadi faktor utama yang mendorong terbentuknya citra positif *The Body Shop* dalam diri konsumen di Kota Padang.
2. Produk *The Body Shop* memiliki citra merek yang tinggi jika diamati dari dimensi *strength of brand association*. Hal tersebut disebabkan karena informasi yang dijanjikan dan menjadi referensi bagi konsumen dalam menggunakan produk *The Body Shop* sesuai dengan yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk. Selain itu menurut sebagian besar konsumen produk *The Body Shop* sangat berkualitas sehingga memberikan banyak manfaat bagi konsumen yang menggunakan.
3. Produk *The Body Shop* memiliki *favorability of brand association* yang tinggi. Hal tersebut dapat diamati dari pengakuan konsumen yang menyatakan produk *The Body Shop* yang memiliki manfaat yang teruji, disamping itu sebagian besar konsumen memiliki pengalaman positif dalam menggunakan produk *The Body Shop* dimasa lalu. Konsumen mengakui bersedia memenuhi harga yang mahal untuk memperoleh manfaat dari produk *The Body Shop*.

4. Produk *The Body Shop* memiliki *uniqueness of brand association* yang tinggi. Hal tersebut dapat diamati dari pengakuan yang diberikan konsumen pada keunikan produk *The Body Shop*, dimana pada setiap varian produk memiliki ciri khas yang relatif berbeda dengan merek produk yang lain. Disamping itu sebagian besar konsumen mengakui bahwa mereka telah memiliki *member card* pengguna *The Body Shop* serta relatif aktif dalam forum dimedia sosial serta mereka juga memiliki berkomitmen kuat untuk terus menggunakan produk *The Body Shop* dimasa mendatang.

5.2 Implikasi

Sesuai dengan hasil analisis yang diperoleh dapat diajukan beberapa implikasi penting yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Distributor *The Body Shop*, diharapkan terus menjaga mutu dan kualitas produk, dan mempertahankan diri sebagai produk yang ramah lingkungan dengan cara terus melakukan inovasi untuk mengurangi penggunaan bahan plastic sebagai bahan kemasan pelindung produk.
2. Distributor juga disarankan untuk meninjau kembali harga jual yang dikenakan untuk setiap produk *The Body Shop* mengingat ketika harga akan menentukan luas segmen konsumen, dengan adanya penurunan standar harga melalui variasi produk berdasarkan ukuran diharapkan citra merek dan pangsa pasar produk *The Body Shop* akan dapat ditingkatkan dimasa mendatang.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan yang peneliti rasakan yaitu:

1. Proses pengumpulan data dan informasi dilakukan pada masa pandemic Covid 19 sehingga mempengaruhi proses penyebaran kuesioner dan jumlah responden yang digunakan. Penerapan protocol kesehatan seperti sosial distancing membuat pengawasan kepada responden menjadi sangat lemah sehingga mempengaruhi akurasi jawaban yang diberikan responden. Oleh sebab itu peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik meneliti tentang citra merek *The Body Shop* diharapkan melakukan penelitian setelah masa pandemic berakhir sehingga ukuran sampel yang digunakan menjadi lebih banyak sehingga mampu memberikan ketepatan hasil analisis yang lebih baik.
2. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi kurang teruji karena pendekatan kuantitatif tidak dilakukan. Oleh sebab itu bagi peneliti dimasa mendatang harus mencoba mengkombinasikan analisis deskriptif atau pun kuantitatif sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.