

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, bahwa sabun Lux dan Sabun Giv sama-sama mempunyai *action* yang hampir rata-rata sama antara 22 % dan 23 % yang menunjukkan bahwa kedua produk tersebut dalam mengkomunikasikan mereknya masih sama rendah karena untuk tindakan pembelian (*action*) dari konsumen akan kedua produk tersebut masih dibawah rata-rata, dikarenakan masyarakat kelurahan pondok kelapa RW 04 lebih memilih merek sabun lain seperti sabun merek Dove. oleh sebab itu mempengaruhi tindakan pembelian konsumen (*action*) dari kedua produk tersebut.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan diatas, berikut saran yang dapat disampaikan bahwa sabun mandi lux dan sabun mandi Giv harus meningkatkan komunikasi mereknya yaitu dengan cara memilih saluran komunikasi yang tepat, menentukan alat promosi, mengevaluasi hasil promosi, komunikasi merek terintegrasi. Supaya

bisa meningkatkan tindakan pembelian (*action*) terhadap sabun Lux dan sabun Giv.



DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Edisi Revisi
Bandung. Alfabeta. Bandung 2007.

Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta :PT. Raja Grafindo.
2008.

Cangara. Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
2008.

Churchill, Gilbert A. Jr. And Peter J. Paul. *Marketing Creating Value for
Customers*. Boston : Irwina 1999.

Darmadi Durianto, Suiarto, Tony Sitingak, *Strategi Menaklukan Pasar*,
Gramedia Pustaka Utama: 2001.

Durianto, Darmadi dkk, *Brand Equity Ten*. Strategi memimpin Powar
Jakarta, Gramdia Pustaka Utama, 2004.

Durianto, Darmadi, dkk, 2004, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset
Ekuitas Dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama.

Effendi. Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung, 2007.

Farrel. *Pride Marketing. Tenth Edition*. New York : Houghton Mifflin. 1999

Hakim. Budiman. Lanturan Tapi Relevan. Yogyakarta : Galang Press. 2005

Kasali. Rhenald. Manajemen Periklanan. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. 1992

Kotler. Philip. *Marketing Management. Eleventh Edition*. New Jersey : Prentice Hall. 2003.

Kotler. Philip and Garry Armstrong. *Principle of Marketing Tenth edition*. New Jersey: Prentice Hall. 2004.

Nicolino Patricia F, MBA, *Brand Manajement*, Edisi Pertama, Prenada Media Group: 2007.

Rangkuti, Freddy, *The Pawer of Brand*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2002.

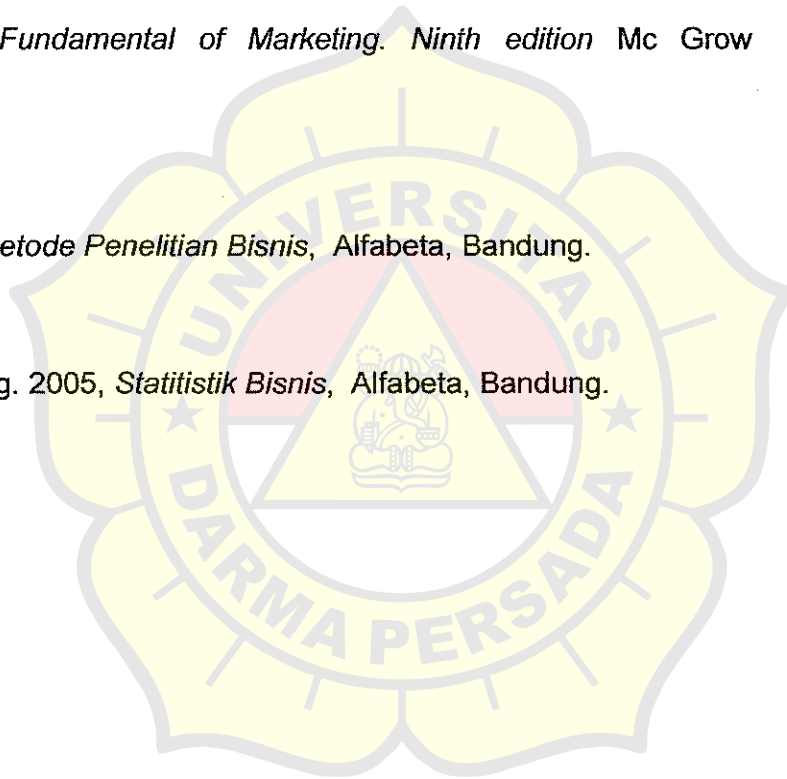
Rangkuti. Freddy. *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
2002.

Shimp. Terence A. *Advertising Promotion*. Fifth Edition. Orlando : The
Dryden Press. 2003.

Stanton. William J. *Fundamental of Marketing*. Ninth edition Mc Grow
Hill. 1999.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

Suwarno, Bambang. 2005, *Statistik Bisnis*, Alfabeta, Bandung.





3. Usia anda saat ini ?

1. <17 Tahun 3. 26 – 30 Tahun
 2. 18 – 25 Tahun 4. > 30 Tahun

4. Apakah pekerjaan anda saat ini ?

1. Pelajar 3. Pegawai Negri 5. dll.....
 2. Pegawai Swasta 4. Wiraswasta

5. Tingkat pendidikan terakhir anda ?

1. SD 3. SMA/SMK
 2. SMP/SLTP 4. S1

6. Status anda saat ini ?

1. Belum Menikah 3. Janda
 2. Menikah 4. Duda

7. Berapa jumlah pengeluaran anda per-bulan ?

1. ≤ Rp 500.000,- 3. Rp 2.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
 2. Rp 500.000,-/Rp1.000.000,- 5. > Rp 4.000.000,-
 3. Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-

B. Pertanyaan ini digunakan untuk mengukur bagaimana efektifitas komunikasi merek produk sabun mandi merek Lux. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Apakah anda mengetahui produk sabun mandi merek Lux ?

1. Ya 2. Tidak

2. Apakah anda paham cara pemakaian sabun mandi Lux ?

1. Ya 2. Tidak

3. Apakah anda menyukai produk sabun mandi merek Lux ?

1. Ya 2. Tidak

4. Apakah anda bermaksud untuk membeli sabun mandi merek Lux
 Tersebut ?

1 Ya 2 Tidak

5. Apakah anda sudah pernah membeli produk sabun mandi merek Lux
Tersebut ?

1 Ya 2 Tidak

C. Pertanyaan ini digunakan untuk mengukur bagaimana efektifitas komunikasi merek produk sabun mandi merek Giv. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Apakah anda mengetahui produk sabun mandi merek Giv ?

1 Ya 2 Tidak

2. Apakah anda paham cara pemakaian sabun mandi Giv ?

1 Ya 2 Tidak

3. Apakah anda menyukai produk sabun mandi merek Giv ?

1 Ya 2 Tidak

4. Apakah anda bermaksud untuk membeli sabun mandi merek Giv

Tersebut ?

1 Ya 2 Tidak

5. Apakah anda sudah pernah membeli produk sabun mandi merek Giv

Tersebut ?

1 Ya 2 Tidak

LAMPIRAN 2

JUMLAH WARGA PER RT

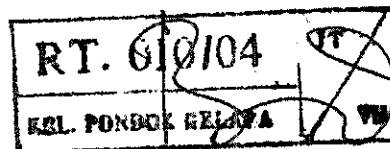
RUKUN WARGA (RW) 04 KELURAHAN PONDOK KELAPA

JAKARTA TIMUR

No	RT	K.K	Jumlah Penduduk			Mobilitas Penduduk			
			WN	WNA	Musiman	Lahir	Meninggal	Pindah	Datang
1	1	89	404				2	2	2
2	2	81	313		36	2	2		10
3	3	84	316		31	4	1	4	2
4	4	141	456		74	2	1	5	2
5	5	123	474		43	4	1	7	4
6	6	54	240		22	1	1	12	22
7	7	100	375						
8	8	35	169				1		
9	9	46	202		50				
10	10	54	253		22	12	9	4	21
11	11	42	180				2		17
12	12	40	158		30	4		36	5
Jumlah	12	889	3540		308	29	20	70	85

Jakarta, 30 April 2008

Mengetahui



BUDI SANTOSO. SH
(KETUA RT)

LAMPIRAN 3

NAMA PRODUK MEREK	SABUN LUX & GIV												
Tabulasi Data Keterangan Identitas													
NO RESPONDEN	RT	JENIS KELAMIN	USIA	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	STATUS	PENGELUARAN						
1	4	2	3	3	4	2	2						
2	4	1	3	1	3	1	1						
3	9	2	3	1	3	1	1						
4	7	2	3	4	3	3	2						
5	4	2	4	4	3	2	2						
6	4	1	3	3	4	1	2						
7	9	1	3	3	4	3	2						
8	9	1	3	1	3	1	1						
9	12	2	3	4	3	2	2						
10	1	2	3	3	3	2	2						
11	5	2	3	3	4	1	2						
12	1	1	4	3	4	1	2						
13	6	2	2	1	3	1	1						

14	1	2	4	3	3	3	1	2
15	7	1	3	3	4	4	4	2
16	7	1	2	1	2	2	1	2
17	5	2	4	2	4	4	2	3
18	1	2	2	3	3	3	3	3
19	4	1	3	3	4	4	2	3
20	4	2	3	5	3	3	2	4
21	9	1	3	4	3	3	2	3
22	6	1	3	4	3	3	1	2
23	4	2	3	6	3	3	2	2
24	7	2	3	3	3	3	1	4
25	11	2	4	4	4	4	2	5
26	10	2	2	3	4	4	1	3
27	9	2	3	2	4	4	2	3
28	8	2	3	4	4	4	2	5
29	4	2	2	2	3	3	1	2
30	7	1	3	2	3	3	1	3
31	5	2	2	1	2	2	1	1
32	2	2	2	1	3	3	1	2
33	3	2	2	1	3	3	1	2
34	10	1	3	1	3	3	1	1
35	8	2	3	2	3	3	1	1
36	9	1	4	3	4	4	4	3
37	7	1	1	1	2	2	1	2
38	4	1	2	3	3	3	1	3
39	5	2	3	2	3	3	1	2
40	5	2	3	4	4	4	2	5
41	11	1	2	1	3	3	1	2
42	1	2	1	2	3	3	1	4

43	1	2	3	3	4	3	3	2
44	5	1	3	2	3	1	2	2
45	6	2	4	3	4	2	5	2
46	6	1	2	1	3	1	2	3
47	6	1	4	4	3	2	3	3
48	1	2	3	5	3	2	3	3
49	7	1	2	2	4	1	3	3
50	1	1	3	2	2	2	2	2
51	4	2	3	5	3	2	3	3
52	11	1	2	2	4	1	3	3
53	2	1	2	4	3	2	3	3
54	6	1	3	2	3	1	2	2
55	10	1	3	3	4	2	3	3
56	3	1	2	1	2	1	2	2
57	7	1	2	2	3	1	2	2
58	6	1	4	2	3	2	4	4
59	5	2	3	4	2	3	3	3
60	8	1	2	2	2	1	3	3
61	4	1	4	2	4	1	4	4
62	3	1	3	5	3	1	3	3
63	10	1	1	1	3	1	3	3
64	1	1	3	4	3	2	2	2
65	2	1	3	2	4	2	4	4
66	5	1	4	4	3	2	4	4
67	12	2	4	4	3	2	3	3
68	3	2	4	3	4	2	3	3
69	4	2	3	3	4	1	3	3
70	6	1	3	4	3	2	3	3
71	5	2	2	1	2	1	2	2

72	8	2	4	4	2	4	4	3	2	4
73	7	2	2	2	2	2	2	4	1	3
74	10	1	2	1	2	1	1	3	1	2
75	12	1	2	1	2	1	1	3	1	4
76	2	2	2	1	2	1	1	3	1	3
77	5	1	4	4	1	4	4	3	2	4
78	1	2	2	1	2	1	1	3	1	2
79	11	1	3	3	1	3	3	4	2	4
80	3	1	2	1	1	1	1	3	1	3
81	10	2	3	3	2	3	3	4	2	3
82	2	2	4	4	2	4	4	3	2	3
83	3	2	3	5	2	3	5	3	2	2
84	5	2	2	5	2	2	5	3	1	2
85	12	1	2	2	1	2	2	3	1	2
86	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3
87	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2
88	2	2	4	5	2	4	5	3	2	3
89	5	2	3	5	2	3	5	3	2	4
90	2	1	3	2	1	3	2	3	2	2
91	2	1	4	4	1	4	4	2	2	3
92	10	1	4	2	1	4	2	3	2	2
93	8	2	3	3	2	3	3	4	2	4
94	11	1	4	4	1	4	4	3	2	5
95	3	2	4	5	2	4	5	2	2	2
96	7	1	2	2	1	2	2	3	2	3
97	4	2	3	5	2	3	5	2	2	2
98	3	1	3	2	1	3	2	2	3	2
99	7	2	3	5	2	3	5	2	4	2
100	1	1	3	3	1	3	3	4	2	4

LAMPIRAN 4

KETERANGAN	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5
	C1	C2	C3	C4	C5					
Aware	Comprehend		Interested	Intentions	Action					
Tabulasi Data Komunikasi Merek Sabun Lux Dan Giv										
NO RESPONDEN	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5
1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
4	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
5	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
6	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
7	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0
8	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
9	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0
10	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
11	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
12	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
14	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
15	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
16	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0
17	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0

LAMPIRAN 5

Buku Kode

No.	Nama Variabel	Kategori Jawaban	Kode
1	Rumah Tinggal	RT 01	1
		RT 02	2
		RT 03	3
		RT 04	4
		RT 05	5
		RT 06	6
		RT 07	7
		RT 08	8
		RT 09	9
		RT 10	10
		RT 11	11
		RT 12	12
2	Kelamin	Laki - Laki	1
		Perempuan	2
3	Usia	< 17 Tahun	1
		18 - 25 Tahun	2
		26 - 30 Tahun	3
		> 30 Tahun	4
4	Pekerjaan	Pelajar	1
		Pegawai Swasta	2
		Pegawai Negeri	3
		Wiraswasta	4
		dll	5
5	Pendidikan	SD	1
		SMP / SLTP	2
		SMU / SMK	3
		S1	4
8	Status	Belum Menikah	1
		Sudah Menikah	2
		Janda	3
		Duda	4
9	Aware	Ya	1
		Tidak	0
10	Comprehend	Ya	1
		Tidak	0
11	Interested	Ya	1
		Tidak	0
12	Intentions	Ya	1
		Tidak	0
13	Action	Ya	1
		Tidak	0