

## BAB V PENUTUP

### V.I Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan dari efektivitas tagline “Halal Dari Awal” pada iklan televisi kosmetik Wardah terhadap pembentukan *Brand Image* di Komplek Marinir Rangkapan Jaya Baru Depok ialah :

1. Terdapat hubungan antara efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” pada iklan televisi kosmetik Wardah dengan pembentukan brand image. Hasil ini dilihat dari uji korelasi *Pearson Product Moment*. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel X (efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” pada iklan televisi Kosmetik Wardah) dengan variabel Y (Pembentukan *Brand Image*) berada dalam kategori cukup berarti. Sehingga kekuatan hubungan antara Efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” kosmetik Wardah dengan pembentukan *brand image* saling berkaitan satu sama lain yang memperkuat hubungan kedua variabel.
2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa, efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” pada iklan televisi kosmetik Wardah. Hal ini dapat dilihat dari tingginya masyarakat pengguna kosmetik Wardah. Dengan efektifnya iklan kosmetik Wardah yang dilakukan oleh PT. Paragon meningkatkan penggunaan kosmetik Halal terutama produk Wardah.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan apabila efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” pada iklan kosmetik Wardah (variabel X) tidak mengalami perubahan maka pembentukan *brand image* (variabel Y) bernilai 1.727. sedangkan jika terjadi efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal” pada iklan televisi kosmetik Wardah (variabel X) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pembentukan *brand image* (variabel Y) sebesar 0,448.

## V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap efektivitas *tagline* terhadap pembentukan *brand image* kosmetik wardah. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Agar lebih gencar melaksanakan sosialisasi tentang bahan – bahan kosmetik halal yang baik untuk digunakan oleh tubuh manusia, agar masyarakat dapat menggunakan produk PT. Paragon *Technology & Innovation* merasa terlindungi dan aman untuk dipergunakan.
2. Produk wardah membuat pesan yang terkemas dalam iklanya lebih menarik agar dapat perhatian dari pasarnya. Suatu keunikan dan kreatifitas yang tinggi untuk dapat menghasilkan suatu karya yang memiliki karakteristik yang kuat sehingga mampu menarik perhatian khalayak untuk mengkonsumsinya.
3. Dari segi *tagline* hendaknya produk wardah melakukan strategi periklanan yang merata, tidak banyak konsumen yang mengetahui *tagline* dari kosmetik wardah “Halal Dari Awal”. Konsumen hanya mengetahui *tagline* wardah yang berbunyi “*Inspiring Beauty*”. Ini menunjukkan jika *tagline* yang lain dari produk wardah tidak begitu berhasil di kenal konsumen. Maka dari itu penulis memberi saran jika produk wardah menciptakan *tagline* baru hendaknya untuk melakukan strategi periklanan yang sama pada saat keluarnya *tagline* yang lalu sehingga konsumen menjadi lebih familiar dengan *tagline* baru dari wardah.