

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik citra merek pasta gigi Pepsodent maka akan semakin puas konsumen tersebut.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti kualitas produk yang diberikan pasta gigi Pepsodent mampu memberikan kepuasan bagi penggunaannya, semakin baik kualitas produk dari pasta gigi Pepsodent, akan semakin puas pula para konsumen.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga yang ditawarkan oleh pasta gigi Pepsodent terjangkau dan sesuai dengan nilai yang diterima konsumen, maka semakin terjangkau harga yang diberikan pasta gigi Pepsodent, konsumen akan menjadi semakin puas.
4. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin banyak pilihan produk pasta gigi Pepsodent yang beragam mampu memuaskan konsumennya, dikarenakan konsumen akan lebih mudah dalam memilih pasta gigi yang sesuai untuk kondisi kesehatan giginya.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pasta gigi Pepsodent mampu memberikan kepuasan pada konsumen saat menggunakan produknya. Semakin tinggi rasa puas yang dirasakan konsumen maka konsumen tersebut akan semakin loyal.

6. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Citra merek pasta gigi Pepsodent yang semakin baik akan membuat konsumen yakin dan percaya, sehingga membuat konsumen loyal dan tidak berganti ke pasta gigi yang lain.
7. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti Pepsodent mampu memberikan kualitas yang baik, sehingga kualitas produk yang lebih tinggi akan membuat konsumen semakin loyal dan mau merekomendasikannya ke orang lain.
8. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sehingga dengan harga yang terjangkau dan didukung dengan produk yang mampu memberikan kinerja yang baik, konsumen enggan untuk beralih ke produk yang lainnya.
9. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Semakin beragamnya produk yang ditawarkan pasta gigi Pepsodent mampu membuat konsumen merasa lebih diperhatikan akan kebutuhan juga keinginannya, sehingga konsumen menjadi loyal dan tidak beralih ke pesaing lain.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti konsumen yang menggunakan pasta gigi Pepsodent di Surabaya, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dalam jangkauan wilayah yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

5.2.2. Saran Praktis

Untuk keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa konsumen sudah merasa

puas dengan pasta gigi Pepsodent, sehingga yang menjadi saran untuk Pepsodent adalah untuk tetap mempertahankan atau ada baiknya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh Pepsodent seperti misalnya meningkatkan citra merek yang positif dalam benak konsumen, meningkatkan kinerja dan kualitas dari pasta gigi Pepsodent, menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan kondisi rata-rata konsumennya, dan atau terus membuat inovasi yang terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Jika hal tersebut terus dilakukan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang nantinya akan membuat konsumen semakin setia dan membuat produk tersebut semakin kuat di pasar.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bearden, W. O., Ingram, T. N., LaForge, R. W., 2007, *Marketing Principles & Perspectives*, Fifth Edition, New York: McGraw-Hill
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwyer, F. R., dan Tanner Jr., J. F., 2009, *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning*, Fourth Edition, New York: McGraw-Hill
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., Black, W. C., 1998, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall
- Indriantoro, N., dan Supomo, B., 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Kerin, R. A., Berkowitz, E. N., Hartley, S. W., Rudelius, W., 2003, *Marketing*, Seventh Edition, New York: McGraw-Hill
- Kotler, P., dan Susanto, A. B., 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jilid 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2012, *Marketing Management*, Fourteenth Edition, New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2014, *Principles of Marketing*, Fifteenth Edition, New Jersey: Pearson Education Limited
- Kurniasih, I. D., 2012, Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 1, No. 1, September: 37-45
- Kurniawati, D., Suharyono., Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

(Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14, No. 2, September: 1-9

- Li, X. G., Wang, X., Cai, Y. J., 2011, Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions, *Journal of Computers*, Vol. 6, No. 9, September: 1875-1879
- Liwe, F., 2013, Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, Desember: 2107-2116
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., Mussry, J., 2011, *Pemasara Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi, Perspektif Indonesia*, Jilid 2, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lovelock, C. H., dan Wright, L. K., 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit Indeks
- McDaniel, C., Lamb, C. W., Hair, J. F., 2013, *Introduction to Marketing*, Twelfth Edition, South Western: Cengage Learning
- Mulyani, Y., 2009, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Swalayan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pasar Swalayan Luwes di Purwodadi), *Jurnal Excellent*, Vol. 1, No. 2, September: 97-122
- Nalau, A., Hudayah, S., Wasil, M., 2012, *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan *J.Co Donuts & Coffee* di Plaza Mulia Samarinda
- Nasution, M. N., 2010, *Total Service Management: Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Penerbit Ghalia
- Peter, J. P., dan Donnelly, J. H., 2008, *A Preface to Marketing Management*, Eleventh Edition, New York: McGraw-Hill
- Pramudyo, A., 2012, Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta), *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi (JBMA)*, Vol. 1, No. 1, Agustus: 1-16
- Putra, F. T. B., Raharja, E., 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di

Bengkel Mobil Rapierglass Autocare Semarang, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 1, No. 1, pp: 1-15

Raharjani, J., 2005, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 2, No. 1, Januari: 1-15

Ramadiani, 2010, SEM dan LISREL untuk Analisis Multivariate, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 2, No. 1, April: 179-188

Rokim, M. A., Lubis, N., Wijayanto, A., 2014, Pengaruh Harga, Bauran Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Pasaraya Sri Rayu Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1, Januari: 1-9

Saidani, B., dan Arifin, S., 2012, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, pp: 1-22

Scarborough, N. M., Wilson, D. L., Zimmerer, T. W., 2009, *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*, Ninth Edition, New Jersey: Pearson International Edition

Sembiring, I. J., Suharyono., Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, No. 1, Oktober: 1-10

Simamora, B., 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta: Penerbit Gramedia

Simamora, H., 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Utami, C. W., 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bayumedia

Wahyuni, S., 2008, Analisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia

Semarang, *Ragam Jurnal Pengembangan Humanivora*, Vol. 8, No. 2, Agustus: 74-78

Wibawa, P. T., Farida, N., Listyorini, S., 2014, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT. Matahari Silverindo Jaya Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 4

Wijaya, A. S., 2014, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Counter HP “Jati Bird” Semarang

Yamin, S., dan Kurniawan H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek

www.sofyanarif.web.id, diakses tanggal 12 November, 2015

www.topbrand-award.com, diakses tanggal 19 September, 2015