

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi variabel citra merek, kualitas produk serta loyalitas konsumen terhadap produk *pasta gigi* merek *pepsodent* di Kecamatan Maulafa adalah baik, dan disesuaikan dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti adalah baik.
2. Variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *pasta gigi* merek *pepsodent* di Kecamatan Maulafa.
3. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *pasta gigi* merek *pepsodent* di Kecamatan Maulafa
4. Variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *pasta gigi* merek *pepsodent* di Kecamatan Maulafa, sesuai dengan hipotesis.
5. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 52% loyalitas konsumen produk *pasta gigi* merek *pepsodent* di Kecamatan Maulafa yang merupakan kontribusi dari 2 variabel bebas yaitu citra merek, dan kualitas produk, sedangkan sisanya 48% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Perusahaan harus menjaga citra dari merek produk *pasta gigi pepsodent* mereka dengan tetap mempertahankan kualitas produk *pasta gigi* merek *pepsodent*, sehingga loyalitas konsumen terjaga.
2. Hendaknya perusahaan produk *pasta gigi* merek *pepsodent* juga meluncurkan produk dengan desain-desain, fungsi atau kegunaan dan promosi yang menarik agar citra merek produk pasta gigi merek pepsodent semakin kuat dimata konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 1997. *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta
- Aaker. David. 1999. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of a Brand Name*. The Free Press
- Arnould, E. Price, L., Zinkan, G. 2005. *Consumers* 2nd ed. Singapore : McGraw-Hill/Irwin
- Evawati. 2012. *Kualitas Produk Citra Merek (Brand Image) MC Donald: Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Sosial, Jilid 1, Nomor 2 november 2012*. <http://eprints.undip.ac.id/29047/>
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro
- Goncalves, 2014. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Apple iPhone*. Kupang. Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Timor
- Griffin.R. W. 2003. *Bisnis* jilid 1. Ahli Bahasa Tarmidzi. Edisi ke enam. Jakarta: PT. Indeks.
- <http://www.unilever.com>, PT. Unilever Indonesia Tbk. Oktober 2015
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pepsodent>. November 2015
- Kartajaya, Hermawan dkk. 2004. *Marketing On venus*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kolo. 2010. *Pengaruh Citra Merek Terhadap loyalitas konsumen KFC Mall Flobamora*. Skripsi *Universitas Nusa Cendana*. Fakultas Ekonomi
- Kotler, Philip and Amstrong. 2000. *Principles of Marketing*. 13th Edition, Pearson Educational International, Upper Saddle River, New Jersey., Damos Sihombing (Penerjemah).2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller 2002. *Marketing Management* 13th Edition. New Jersey, Bob Sabran (Penerjemah). 2009. *Manajemen pemasaran*,. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller 2001. *Marketing Management* 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall,Bob Sabran (penerjemah). 2012. *Manajemen pemasaran* ,. Jakarta: Erlangga

- Leta, Rafael Levis 2013. *Metode Penelitian Perilaku Petani*, cetakan pertama. Penerbit Ladelero. Maumere
- Lutiary Eka Ratri. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Margono. 2004. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Nasution, M.N. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004.
- Neria. 2012. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Skripsi Universitas Nusa Cendana. Fakultas Ekonomi
- Oki, 2015. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Padang 2 di Kabupaten Timut Tengah Utara*. Fakultas Pertanian Universitas Timor
- Peter dan Olson. 2010. *Costumer Behavior And Marketing Strategi*. New York: McGraw-Hill Companies, Incorporated
- Pradipta Anisha. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makasar*. Makasar: Universitas Hasanuddin
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Riduwan 2012. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Setyaningsih. 2007. “ nalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuutas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang”. urnal Studi Manajemen dan Organisasi. Vol. 4 No. 2
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- SulistiyariIkanita Novirina. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame Studi kasus mahasisiwa fakultas ekonomika dan bisnis jurusan manajemen universitas diponogoro semarang*. Skripsi. Semaramg. <http://eprints.undip.ac.id/35772/>
- Tjiptono Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia. Malang

Widjaja, M., Widjaja, S dan Jokom, R. 2007. *Analisis Penelitian Konsumen Terhadap Equitas Merek coffee shops di surabaya*, Jurnal Manajemen Penelitian, Vol. 3, N0. 2, September 2007. Hal. 89-101