

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijalankan mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen Pepsodent, lalu mampu disimpulkan berbagai hal sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent Hasil uji regresi menegaskan variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya, semakin baik kualitas produk Pepsodent yang dirasakan oleh konsumen baik dari segi kinerja, fitur, atau desain produk maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tetap setia menggunakan produk tersebut secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan kualitas sebagai faktor utama dalam pembelian ulang.
- b. Citra Merek Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent. Temuan penelitian ini menegaskan citra merek juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap citra merek Pepsodent, baik dari reputasi perusahaan, citra produk, maupun pengguna, cenderung membangun ikatan emosional dengan merek tersebut. Akibatnya, mereka lebih memilih untuk tetap menggunakan Pepsodent daripada berpindah ke merek lain.
- c. Harga Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent. Variabel harga juga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Ketika harga Pepsodent dianggap wajar, terjangkau, serta sepadan dengan kualitas yang diberikan, lalu pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang. Hal ini menegaskan persepsi harga yang adil bisa memperkuat komitmen konsumen terhadap merek.

- d. Ketiga Variabel secara Simultan Berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Pepsodent. Artinya, kombinasi dari ketiga faktor tersebut merupakan elemen strategis yang saling mendukung dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas konsumen.
- e. Variabel yang Paling Dominan adalah Harga. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga memiliki nilai koefisien paling tinggi dibandingkan variabel lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk Pepsodent. Ini menandakan bahwa strategi harga yang kompetitif dan sepadan dengan nilai produk sangat penting dalam mempertahankan konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Pepsodent dipengaruhi secara signifikan oleh tiga faktor utama: kualitas produk, citra merek, dan harga. Oleh karena itu, pihak Pepsodent disarankan untuk lebih strategis dalam merumuskan kebijakan pemasaran yang mencerminkan ketiga aspek tersebut.

1. Perusahaan perlu menjaga dan terus meningkatkan standar kualitas produk, terutama dalam hal kebersihan, keamanan, serta kinerja produk, guna memastikan kepuasan konsumen tetap terpenuhi. Konsumen sangat mengapresiasi kenyamanan dalam penggunaan produk, khususnya pada bentuk dan tekstur pasta gigi yang dinilai sesuai dengan harapan. Namun, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu desain kemasan produk yang dinilai belum sepenuhnya mencerminkan kesan berkualitas dan terpercaya. Oleh karena itu, Pepsodent disarankan untuk terus mempertahankan kenyamanan produk sekaligus melakukan pembaruan pada desain kemasan agar lebih menarik dan mencerminkan nilai premium, sehingga loyalitas konsumen dapat semakin diperkuat.

2. Penting untuk mengembangkan citra merek yang baik dan konsisten melalui kampanye edukatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu kepercayaan terhadap perusahaan di balik merek Pepsodent, yang dinilai belum sekuat elemen lainnya. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memperkuat transparansi, komunikasi, serta citra perusahaan secara keseluruhan guna membangun kepercayaan yang lebih dalam dari konsumen. Upaya ini akan semakin memperkuat posisi merek di pasar serta menjaga loyalitas konsumen dalam jangka panjang.
3. Penetapan harga yang bersaing dan sejalan dengan nilai produk juga perlu menjadi perhatian utama, mengingat penelitian menunjukkan bahwa harga menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Konsumen merasa bahwa harga Pepsodent terjangkau dan tidak menjadi hambatan untuk melakukan pembelian secara rutin. Hal ini menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan loyalitas. Namun demikian, kesediaan konsumen untuk membayar lebih karena alasan kualitas masih relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa sebagian konsumen masih sensitif terhadap harga. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk tetap menjaga keseimbangan antara kualitas dan harga, serta memperkuat persepsi konsumen bahwa produk Pepsodent memiliki nilai lebih dibandingkan kompetitor, sehingga mereka merasa harga yang dibayarkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh.

5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini memiliki ruang pengembangan yang dapat dijadikan pijakan untuk penelitian lanjutan. Oleh karena itu, penulis menyarankan beberapa hal berikut kepada peneliti selanjutnya:

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen Pepsodent. Untuk memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen, disarankan untuk menambahkan variabel lain sebagai variabel independen, mediasi, atau moderasi.

2. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 124 responden pengguna Pepsodent di wilayah yang tidak spesifik disebutkan secara geografis. Untuk meningkatkan representativitas hasil penelitian, cakupan responden dapat diperluas ke wilayah lain di Indonesia (selain Jabodetabek) atau bahkan mencakup beragam profil demografis. Hal ini akan membantu dalam menggeneralisasi temuan ke pasar yang lebih luas dan beragam.

