

## BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan, dari hasil penelitian terdapat beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Pengaruh *brand awareness* terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung} (1,596) < t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,003 masih berada dibawah 0,05, hal ini menunjukkan bahwa *brand awareness* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pasta gigi pepsodent pada masyarakat kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.
2. Pengaruh *brand assosiation* terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung} (3.647) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, hal ini menunjukkan bahwa *brand assosiation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pasta gigi pepsodent pada masyarakat kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.
3. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai  $t_{hitung} (18.847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, hal ini menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pasta

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gigi pepsodent pada masyarakat kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.

4. Nilai F hitung (129.141) > F tabel (3,09) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya *brand awareness*, *brand assosiation*, dan *brand image* memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyaltitas konsumen pasta gigi pepsodent di kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.

5. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.795 atau 79,5% ini berarti variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh *Brand Awareness*, *Brand Assosiation* dan *Brand Image* dan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini persepsi kualitas dan kepuasan konsumen.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini mengenai *brand awarenesss*, *brand assosiation*, dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu meningkatkan kesadaran merek yang kuat terhadap produk pasta gigi pepsodent sehingga menghasilkan keputusan pembelian dan pada akhirnya menghasilkan loyalitas yang baik terhadap produk tersebut.
2. Pepsodent merupakan pasta gigi dengan segmen pasar anak muda sampai orang tua. Agar mereka tetap loyal terhadap produk Pepsodent, perusahaan perlu membuat desain yang menarik dan mengikuti trend saat ini

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Perusahaan perlu meningkatkan citra perusahaan, citra merek dan citra produknya. Apabila perusahaan mempunyai citra yang baik dimata pelanggan, maka pelanggan akan memberi penilaian positif pada perusahaan tersebut yang mendorong mereka untuk loyal pada produk tersebut.
4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti produk atau jasa dengan merek – merek terkenal lainnya yang mungkin mengalami permasalahan yang hampir sama dengan pepsodent.
5. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh brand awareness, brand assosiation, dan brand image terhadap loyalitas konsumen.