

Bab IV

Penutup

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis secara bertahap pada variabel harga, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan pasta gigi Formula terhadap responden penelitian, maka berikut ini kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini:

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Harga pasta gigi Formula, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dari jumlah responden sebanyak 112 orang, mayoritas sebanyak 65.17% berpendapat bahwa harga pasta gigi Formula itu murah. Artinya konsumen yang menggunakan sudah mendapatkan manfaat yang sesuai dari harga yang dibayarkan untuk membeli pasta gigi Formula, juga harga yang dibayarkan pelanggan itu lebih murah dibandingkan pesaing, harga dari pasta gigi Formula juga dinilai terjangkau karena sebagian besar pelanggan merasa harga yang ditawarkan pasta gigi Formula sesuai dengan daya beli mereka, juga dibarengi dengan kualitas kemasan yang baik yaitu kemasan dapat melaksanakan fungsinya. Begitu juga sebanyak 28.57% responden menganggap harga pasta gigi Formula sangat murah, yang berarti konsumen yang menggunakan sudah mendapatkan manfaat yang sangat sesuai dari harga dibayarkan, harga pasta gigi Formula jauh lebih murah daripada pasta gigi lain, harga pasta gigi Formula dinilai sangat terjangkau, dan juga kualitas kemasan pasta gigi Formula sangat baik.
2. Kualitas produk pasta gigi Formula berdasarkan hasil penelitian menunjukkan, menurut 112 responden, mayoritas sebanyak 51.78 % terdistribusi ke kategori baik. Hal ini membuktikan bahwa pasta gigi Formula mampu melaksanakan fungsinya dengan baik, pelanggan merasa

pasta gigi Formula mempunyai ciri khas, pelanggan merasa rasa segar dari pasta gigi Formula tahan lama dan kualitas kemasannya pun baik. Kemudian sebanyak 41.07% terdistribusi ke kategori cukup baik, artinya pasta gigi Formula menjalankan fungsinya dengan biasa saja, pasta gigi Formula mempunyai ciri khas walau tidak terlalu kuat, rasa segar pasta gigi Formula cukup bertahan lama, dan kualitas kemasannya cukup baik.

3. Loyalitas pelanggan pasta gigi Formula berdasarkan hasil penelitian menunjukkan menurut 112 responden, mayoritas sebanyak 52,67 % terdistribusi ke kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan bersedia untuk terus membeli ulang pasta gigi Formula, pelanggan bersedia untuk tetap berlanggan, mampu mengenali pasta gigi Formula, tidak ingin menggunakan pasta gigi merek lain, tidak ada keinginan untuk membeli pasta gigi merek lain dan bersedia untuk merekomendasikan pada orang lain. Kemudian 40.17% suara responden terdistribusi ke kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan pasti membeli pasta gigi Formula, pelanggan sangat bersedia untuk tetap berlanggan, sangat mampu mengenali pasta gigi Formula, sangat tidak ingin untuk beralih ke pasta gigi merek lain, dan sangat bersedia untuk merekomendasikan pada orang lain
4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung (3,022) > t tabel (1,658), dengan demikian maka H_0 ditolak sehingga kesimpulannya ada pengaruh signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan, sedangkan pengaruh positif dibuktikan dengan tanda positif pada koefisien regresinya. Artinya jika semakin murah, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Sebaliknya, apabila harganya mahal maka akan semakin rendah loyalitas pelanggannya. Disamping itu, harga memiliki sumbangan pengaruh yang kecil, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 7,7%. Artinya kontribusi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

sebesar 7,7% sedangkan sisanya 92,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain harga.

5. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung (4,452) > t tabel (1,658), dengan demikian maka H_0 ditolak sehingga kesimpulannya ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pengaruh positif dibuktikan dengan tanda positif pada koefisien regresinya. Artinya bahwa jika semakin baik kualitas produk, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Sebaliknya, apabila kualitas produknya buruk maka akan semakin rendah loyalitas pelanggannya. Disamping itu, harga memiliki sumbangan pengaruh yang kecil, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 14,5%. Artinya kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 14,5% sedangkan sisanya 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas produk.
6. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung (11.297) > F tabel (3,09), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga kesimpulannya secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif antara harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y), sedangkan pengaruh positif dibuktikan dengan tanda positif pada koefisien regresinya. Artinya bahwa jika semakin murah harga (X1) dan semakin baik kualitas produk (X2), maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (Y). Sebaliknya, apabila semakin mahal harga (X1) dan kualitas produknya (X2) buruk maka akan semakin rendah loyalitas pelanggannya. Disamping itu, harga memiliki sumbangan pengaruh yang kecil, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 17,2%. Artinya kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas

pelanggan sebesar 17,2% sedangkan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh faktor lain selain harga dan kualitas produk.

4.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan oleh PT. Orang Tua selaku produsen pasta gigi Formula untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di waktu yang akan datang yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, harga pasta gigi Formula dapat dipertahankan harga yang murah seperti saat ini. Karena menurut penelitian pelanggan sudah menganggap harga pasta gigi.
2. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka perlu adanya peningkatan produk seperti ciri khas pasta gigi yang ditingkatkan, peningkatan fungsi sehingga mampu menyelesaikan permasalahan gigi dan mulut pelanggan lebih cepat dan tepat, dan kesegaran mulut yang lebih lama setelah memakai pasta gigi. Karena kualitas pasta gigi Formula masih dinilai oleh sebagian besar responden sebagai cukup baik dan baik.