

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna pasta gigi “X”, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas merek. Hubungan kedua variabel tersebut berbanding lurus, yakni semakin tinggi kepuasan konsumen maka akan diikuti semakin tingginya loyalitas merek. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kepuasan konsumen maka akan diikuti dengan semakin rendahnya loyalitas merek.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

Saran bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas merek, hendaknya dapat mengembangkan secara lebih lanjut dengan memperhatikan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh pada loyalitas. Lalu peneliti lain juga dapat menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai metode penelitian selanjutnya.

Peneliti lain juga diharapkan dapat memperbaiki pelaksanaan penelitiannya dengan belajar dari kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu memperhatikan kondisi subyek saat mengisi skala

agar diisi dengan sungguh-sungguh dan mencermati item-item dengan benar agar mampu mengungkapkan apa yang diharapkan.

2. Bagi produsen

Dengan adanya penelitian ini para produsen pasta gigi diharapkan mampu mengenali perilaku para konsumennya sehingga dapat memudahkannya dalam memasarkan produk yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen agar nantinya para konsumen menjadi puas dan loyal terhadap produk yang digunakannya.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki yaitu peneliti tidak melakukan penyebaran angket kepada responden secara langsung melainkan melalui perantara dari pihak Pesantren Mahasiswa An-nur. Hal ini mempengaruhi tingkat akurasi dari jawaban responden mengingat situasi yang menyulitkan karyawan untuk melakukan penilaian.