

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel iklan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), artinya semakin bagus iklan yang ditampilkan maka akan semakin tertarik konsumen serta semakin mempengaruhi loyalitas konsumen Sunlight. Begitu pula sebaliknya semakin buruk penayangan iklan akan membuat konsumen tidak tertarik terhadap produk tersebut maka akan berpengaruh negatif terhadap pembelian ulang konsumen.
2. Variabel citra merek (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), yang berarti semakin baik citra merek (*brand image*) yang dimiliki maka semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk Sunlight.
3. Variabel kepuasan konsumen (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), yang berarti semakin konsumen puas maka semakin mempengaruhi loyalitas konsumen Sunlight.
4. Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 63,4% yang artinya perubahan loyalitas konsumen disebabkan karena iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 36,6% (disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan model tersebut.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Sunlight sabun cuci piring dan produsen sabun cuci piring lainnya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian variabel iklan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa iklan suatu produk menjadi perhatian konsumen saat memutuskan untuk membeli produk dan menimbulkan loyalitas konsumen, dimana konsumen dapat menilai baik buruknya kualitas produk dari iklan yang ditayangkan serta penampilan iklan yang menarik konsumen. Sehingga produsen harus lebih kreatif dalam menayangkan atau menampilkan iklan suatu produk sehingga konsumen tertarik terhadap produk tersebut.
2. Hasil penelitian variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan loyal untuk membeli produk yang memiliki citra merek yang baik, dimana produk memiliki kualitas yang bagus dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Produsen harus mampu membangun citra merek yang kuat melalui produk yang ditawarkan, agar konsumen lebih mudah mengenal produk dan tertarik serta berminat untuk membeli kembali.
3. Hasil penelitian variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen loyal pada produk yang memiliki kualitas baik dibandingkan produk merek lain yang sejenis. Produsen harus memberikan kualitas yang bagus sesuai

dengan kebutuhan konsumen sehingga mampu menarik konsumen untuk membeli dan dapat membuat konsumen loyal pada produk tersebut.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menyadari terdapat beberapa kelemahan, yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
2. Keterbatasan wilayah, karena penelitian ini hanya dilakukan di RW 04 Kelurahan Kanigoro Kecamatan Kartoharjo di Kota Madiun.

D. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan menambah variabel lain sebagai pendorong terciptanya loyalitas konsumen. Hal ini bertujuan agar penelitian selanjutnya menjadi lebih berkembang dibandingkan peneliti sebelumnya.
2. Wilayah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada RW 04 Kelurahan Kanigoro Kecamatan Kartoharjo di Kota Madiun. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lokasi penelitian sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Andri, dan Yonaldi. 2012. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 3, No. 2, 2012:1-19.<http://blog.ub.ac.id/dinaandri/files/2013/03/Jurnal-Manajemen-dan-Kewirausahaan.pdf>. Diakses pada 17 Januari 2018
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika. Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Harfani, Rachmat. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan SIM Card Telkomsel. *Skripsi program Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (dipublikasikan). http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/28618/1/RAC_HMAT%20HARFANI-FEB.pdf. Diakses pada 14 Januari 2019
- <https://www.unilever.co.id/>, Diakses 21 Maret 2018
- <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/24/download-tabel-durbin-watson-dw-lengkap/> Diakses 18 Desember 2018
- <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/22/download-tabel-f-lengkap/> Diakses 18 Desember 2018
- <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/21/download-tabel-t-untuk-d-f-1-200/> Diakses 18 Desember 2018
- Irawan, Hadi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Jayanti, Hermani, dan Nurseto. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo Sunsilk (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perempuan Di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis*. Vol. 4, No. 2, 2015:1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8202>. Diakses pada 16 April 2018

- Karita, Wardana, dan Suasana. 2015. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Pewangi Pakaian Molto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 4, No. 3, 2015:1-15. <http://jurnal1.muliadarmapratama.ac.id/jurnal2.pdf?file=jurnal2.pdf>. Diakses pada 16 April 2018
- Kismono, Gugup. 2001. *Bisnis Pengantar*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Kotler, Philip. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- _____ 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- _____ 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Mayangsari dan Agustin. 2017. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Produk Cantik Skin Care. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No. 9, 2017:1-19. <https://repository.stiesia.ac.id/2190/>. Diakses pada 16 April 2018
- Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit Andi)
- Santi dan Rusdianto. 2016. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Pelembut Pakaian Merek Downy (Studi Kasus pada Perumahan Taman Aloha Sidoarjo). *Jurnal Bisnis Indonesia*. Vol. 13, No. 1, 2016:1-15. http://eprints.upnjatim.ac.id/7140/1/8_JURNAL_b.pdf. Diakses pada 18 Maret 2018
- Sajidah, Aisah. 2015. Hubungan antara Terpaan Iklan, Promosi Penjualan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Antiseptik Lifebuoy. *Interaksi Online*. Vol. 6, No. 2, 2015:1-19. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10301>. Diakses pada 16 April 2018
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.

Simamora, Bilson 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia

Sinaga dan Novianti. 2016. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent). *Global*. Vol. 01, No. 01, 2016:1-11. <http://stieus.ejournal.web.id/index.php/stieus/article/view/45>. Diakses pada 19 April 2018

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung : ALFABETA

Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing

Swasta, Basudan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Liberty: Yogyakarta

Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Winarti dan Primadiana. 2016. Antara Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi Dengan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol. 5, No 2, 2016: 1-15. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/36>. Diakses pada 14 Januari 2019

www.topbrand-award.com tahun 2015-2017, Diakses 4 April 2018