

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh citra merek, promosi, kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pada produk sabun antiseptik, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan maka loyalitas konsumen semakin meningkat.
2. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin baik citra merek maka loyalitas konsumen semakin meningkat.
3. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel citra merek (*brand image*) terhadap kepuasan pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin baik citra merek maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
4. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin baik promosi maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

5. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
6. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk sabun antiseptik. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka loyalitas konsumen semakin meningkat.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diberikan beberapa saran kepada produsen sabun antiseptik Dettol adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan variabel citra merek, karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Peningkatan diutamakan pada indikator yang dinilai paling rendah, yaitu sabun Dettol merupakan merek yang cukup mudah diingat. Sebaiknya perusahaan meningkatkan komunikasi, misalnya dengan menambah frekuensi iklan di media massa maupun internet, sehingga konsumen lebih untuk mengingatnya. Nama merek sabun Dettol pada kemasan produk sebaiknya ditulis dengan huruf yang mudah dibaca, sehingga nama merek tersebut tetap melekat dibenak konsumen.
2. Mempertahankan dan meningkatkan variabel promosi, karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan diutamakan pada indikator yang dinilai paling rendah, yaitu iklan sabun Dettol memberikan

informasi lengkap. Sebaiknya dalam iklan sabun Dettol disampaikan secara jelas tentang manfaat menggunakan produk tersebut.

3. Meningkatkan variabel kualitas produk, karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan diutamakan pada indikator yang dinilai paling rendah, yaitu mampu membersihkan kuman dengan baik. Sebagai produk yang dengan mengutamakan pada kesehatan, khususnya sabun antiseptik, sebaiknya meningkatkan terus inovasi produk, sehingga dapat membersihkan kuman dengan efektif.
4. Meningkatkan variabel kepuasan, karena terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Peningkatan diutamakan pada indikator yang dinilai paling rendah, yaitu puas dengan semua informasi tentang produk sabun Dettol. Sebaiknya informasi tentang manfaat dan efek samping produk disampaikan secara jelas dan benar.