

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ciptadent sebagai salah satu produk pasta gigi yang bersaing dalam tingginya tingkat persaingan dalam industri toileris khususnya pasta gigi telah memiliki atribut produk yang cukup baik.. Hal ini terlihat dari tanggapan responden yang pada umumnya menilai atribut produk yang dimiliki Ciptadent sangat baik. Atribut produk pasta gigi Ciptadent dalam dimensi kualitas produk, skor terbesar adalah dalam item kehandalan produk dengan jumlah skor sebesar 333, dan skor terkecil dalam dimensi kualitas produk adalah item keamanan dalam pemakaian. Dimensi fitur produk skor terbesar adalah pada item produk pasta gigi yang beranekaragam yang mencapai skor sebesar 326, dan skor terkecil adalah item kandungan isi pasta gigi Ciptadent yang mencapai skor 313. Item Ciptadent memiliki daya tarik tersendiri memiliki skor tertinggi yaitu 323 dalam dimensi desain produk, sedangkan yang terendah adalah item kesesuaian harga dengan memiliki skor 308. Dalam dimensi merek skor tertinggi adalah dicapai oleh item merek mudah diingat dengan total skor 323. Dalam dimensi kemasan, skor terbesar adalah dalam item kemasan mampu melindungi isi, dengan total skor 337. Sedangkan dalam dimensi label skor

tertinggi adalah dalam item label berbeda dengan merek lain, dengan jumlah skor 329.

2. Loyalitas pelanggan Pasta Gigi Ciptadent cukup tinggi, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang pasta gigi mayoritas telah menggunakan Pasta Gigi Ciptadent lebih dari 1 tahun, yaitu sebesar 75,55% dari total 90 orang responden yang diteliti. Selain itu para pelanggan Pasta Gigi Ciptadent juga melakukan pembelian ulang terhadap produk Pasta Gigi Ciptadent, dimana melakukan pembelian ulang adalah ciri-ciri seorang pelanggan yang loyal terhadap suatu produk.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut produk terhadap loyalitas dengan korelasi yang termasuk kategori kuat sebesar 68%. Sehingga dengan adanya atribut produk yang baik akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, dapat dikemukakan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pada dimensi kualitas produk, item yang mencapai skor terkecil adalah dalam item keamanan produk, oleh sebab itu produsen dalam hal ini harus benar-benar mampu memberikan jaminan keamanan dan meyakinkan konsumen jika produk pasta gigi Ciptadent aman dalam pemakaian. Usaha memberikan jaminan keamanan tersebut adalah dengan meyakinkan kepada konsumen jika bahan yang dipergunakan dalam pasta gigi Ciptadent adalah bahan-bahan yang alami, sehingga aman dalam pemakaian.

2. Selain berusaha meningkatkan loyalitas pelanggan melalui atribut produk, produsen juga harus berusaha meningkatkan loyalitas pelanggan dengan strategi-strategi lain seperti melakukan promosi yang efektif, memberikan harga yang sesuai dan mendistribusikan produk secara merata agar produk benar-benar mudah didapatkan oleh pelanggan.
3. Produsen pasta gigi Ciptadent hendaknya lebih memperhatikan dan selalu berusaha untuk meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan dengan berbagai cara karena persaingan dalam industri toiletries khususnya pada industri pasta gigi di Indonesia sangatlah ketat hal ini dapat terlihat dengan gencarnya pesaing pasta gigi Ciptadent dalam mempromosikan produknya, agar pelanggan tidak mudah terpengaruh oleh produk lain.

