

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

dengan hasil penelitian serta pembahasan yang sudah ada dalam bab IV, sehingga simpulan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Desain Produk (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Sabun Dettol Di Batam, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .
2. Kesadaran Merek (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Sabun Dettol Di Batam, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .
3. Persepsi Kualitas (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Sabun Dettol Di Batam, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .
4. Desain Produk (X1), Kesadaran Merek (X2), Persepsi Kualitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Sabun Dettol Di Batam, dikarenakan hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar F_{tabel} .

5.2 Saran

Dengan hasil penelitian serta kesimpulan yang ada di atas, terdapat saran yang ingin disampaikan oleh peneliti ialah sebagai berikut :

1. Perusahaan

Dalam upaya meningkatkan Loyalitas Konsumen terhadap produk Dettol, diharapkan bisa tetap mempertahankan desain produk yang bervariasi dan mengikuti *trend* saat ini, tetap memperhatikan Kesadaran dan Persepsi Kualitas supaya keinginan konsumen terhadap produk tersebut akan baik dan bisa memberikan hal yang positif tentang produk tersebut kepada orang lain. sehingga konsumen dapat merekomendasi dan mengajak teman sekitarnya untuk melakukan pembelian ataupun coba menggunakan produk Dettol.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan referensi ataupun masukan sehingga bisa memperoleh pemahaman yang lebih lanjut, dan peneliti merekomendasikan untuk mencoba meneliti pengaruh lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen Sabun Dettol Di Batam. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel selain Desain Produk, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas melainkan seperti kualitas produk, Citra Merek, dan kepercayaan supaya informasi yang dapat diperoleh lebih banyak.