

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kesadaran merek dan kesan kualitas terhadap keyakinan pelanggan dalam menggunakan pasta gigi merek Pepsodent dan untuk mengetahui besaran dari kedua variabel independen dalam mempengaruhi dependent tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis secara parsial kesadaran merek terhadap keyakinan pelanggan dalam menggunakan pasta gigi merek Pepsodent yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana kesadaran merek berpengaruh positif secara parsial terhadap keyakinan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis secara parsial kesan kualitas berpengaruh terhadap keyakinan pelanggan dalam menggunakan/ membeli pasta gigi merek Pepsodent.
3. Berdasarkan hasil analisis secara simultan antara kesadaran merek dan kesan kualitas berpengaruh terhadap keyakinan pelanggan dalam membeli/ menggunakan pasta gigi merek Pepsodent.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Mengingat variabel diluar penelitian ini cukup kecil maka penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel yang ada diluar penelitian akan tetapi memiliki proporsi yang cukup besar peranannya seperti asosiasi merk.
2. Mengingat bahwa kesadaran merk merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi keyakinan pelanggan dalam membeli/ menggunakan pasta gigi merek Pepsodent, maka disarankan pemasar tetap menjaga *Top Of Mind* dari produk pasta gigi merek Pepsodent dengan cara pengiklanan sehingga lebih mudah diingat oleh konsumen.