

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antar citra merek dan kepercayaan konsumen pasta gigi Ciptadent pada warga RW 06 Utan Kayu Utara. Persamaan regresi $\hat{Y} = 11,065 + 0,853 X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor citra merek (variabel X), maka akan mengakibatkan kenaikan kepercayaan konsumen (variabel Y) sebesar 0,853 pada konstanta 11,065.

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa bentuk hubungan citra merek (X) dan kepercayaan konsumen (Y) adalah linier signifikan dengan nilai regresi signifikan $F_{hitung} (26,01) > F_{tabel} (4,10)$ dan nilai regresi linier $F_{hitung} (1,10) < F_{tabel} (2,50)$. Kepercayaan konsumen ditentukan oleh citra merek sebesar 39,40% dan sisanya sebesar 60,60% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain, seperti harga, kualitas produk, dan promosi.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra merek dengan kepercayaan konsumen. Mengingat citra merek mempunyai pengaruh yang kuat dalam menciptakan kepercayaan konsumen, maka perusahaan perlu menyesuaikan dan memperbaiki citra merek yang baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Makin besar perhatian perusahaan atas pentingnya citra terhadap penggunaan,

khususnya pada kalangan warga, maka makin tinggi atau besar pula kepercayaan konsumen. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan deskripsi teoritis maupun kerangka teoritis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, terlihat pada variabel kepercayaan konsumen memiliki skor indikator terendah yaitu, keyakinan sebesar 30,93%. Sedangkan hasil presentase skor indikator tertinggi adalah perilaku dan pencapaian tujuan sebesar 35,24%. Pada variabel citra merek presentase skor indikator terendah adalah merek favorit dengan skor 31,45% dan skor tertinggi adalah indikator kekuatan merek dengan skor 35,41%.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan kepercayaan konsumen pada warga Ciptadent harus bisa meyakinkan konsumen bahwa produk mereka bagus dan aman untuk digunakan. Sedangkan berdasarkan dari hasil variabel yang terendah dari citra merek adalah merek favorit. Merek favorit tidak terlalu memberikan pengaruh terhadap kepercayaan pada penggunaan ciptadent khususnya pada warga RT 05 RW 06 Utan kayu utara Jakarta timur.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan Samsung di Jakarta, sebagai berikut:

1. Untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada warga, perusahaan Ciptadent yaitu Lion Japan untuk meningkatkan kualitasnya juga terus melakukan promosi. Karena banyak dari produk ciptadent kurang dikenal masyarakat. Untuk itu agar dapat meyakinkan konsumen dan meningkatkan pembelian pada produk ciptadent maka sebaiknya perusahaan asal jepang itu

melakukan terus pembenahan agar bertujuan untuk meningkatkan pembelian produk.

2. Dan pada variabel citra merek indikator yang terendah presentasinya adalah merek favorit, maka Ciptadent seharusnya mengadakan promosi dan penyuluhan tentang kesehatan gigi kepada warga. Dan pelatihan bagi wiraniaga agar dapat meningkatkan daya saing terhadap produk lain, Karena dengan adanya promosi dan kemampuan wiraniaga yang baik, akan meningkatkan daya tarik warga untuk menggunakan ciptadent sebagai merek pasta gigi favorit yang banyak dipakai warga .