

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai hasil temuan dari pengolahan data yang telah dikumpulkan. Secara rinci, bab ini membahas mengenai karakteristik responden dan menyajikan hasil pengujian dari pengolahan data dan menjelaskan hasil pengujian hipotesis yang ditawarkan dalam model penelitian.

#### 5.1 Simpulan

Simpulan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang diuji dengan menggunakan *Multiple Discriminant Analysis* menjelaskan bahwa secara keseluruhan dimensi motivasi produk: *Problem Solving, Problem Prevention, Routine Maintenance, Explolatory Opportunity, Sensory Opportunity, Produk Caused Problem* dan *Frustation* tidak berpengaruh pada *brand preference*.

#### 5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan fokus starategy benefit produk yang membedakan dari pesaing lain yang bisa meningkatkan preferensi merek sehingga memberikan keuntungan maksimal bagi perusahaan. Selain itu untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek yang akhirnya menciptakan positioning

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu hasil pengujian data Analisis Diskriminan tidak signifikan sehingga simpulan akhirnya dimensi produk motivasi tidak berpengaruh pada Brand Preference. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah mencari responden yang benar – benar sangat peduli dengan kesehatan gigi.

### **5.4 Saran**

Bagi penelitian selanjutnya: sebaiknya pengambilan sampel berfokus pada Responden yang sangat peduli dengan kesehatan gigi dan dikhususkan mengambil sampel responden yang berada di rumah sakit – rumah sakit khusus gigi yang sedang melakukan perawatan ataupun penyembuhan seputar kesehatan gigi. Dan semoga peneliti selanjutnya bisa menciptakan strategi – strategi yang baru yang bisa memberikan manfaat kepada perusahaan.

Sedangkan saran untuk praktisi adalah agar setiap produk yang dihasilkan benar – benar memberikan manfaat yang bisa dirasakan oleh konsumen dan memberikan citra positif bagi konsumen yang memakainya.