

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel bebas Citra merek (X1) dan Kepercayaan merek (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu Loyalitas pelanggan
2. Dalam menguji secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa :
 - a. Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan chatime darmo Surabaya.
 - b. Kepercayaan merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan chatime darmo Surabaya.
3. Semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Chatime Darmo Surabaya dimana variabel yang paling berpengaruh adalah kepercayaan merek sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh terhadap Loyalitas pelanggan Chatime darmo Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Citra merek

Tidak dapat dipungkiri bahwa merek Chatime memang sudah memiliki kepercayaan di mata konsumen dan sudah sangat dikenal di dunia. Meskipun begitu , Chatime harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dan keunggulannya mengingat para pesaingnya yang juga kuat. Chatime diharapkan untuk menambah gerainya di Indonesia karena masih hanya tersebar di beberapa wilayah di Indonesia.

2. Kepercayaan merek

Chatime diharapkan mampu menjadi merek yang lebih bagus lagi dimana tetap mempertahankan proses produksi yang terjamin higienis.

3. Untuk penelitian yang selanjutnya yang jenisnya sama dengan penelitian ini, disarankan untuk menambah variabel bebas sehingga data yang diperoleh lebih lengkap.