

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel independent (*Brand Image* dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (*Brand Loyalty*) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* tidak dapat memberikan kontribusi terhadap *Brand Loyalty* pada Restoran Sate Taichan Goreng.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dapat memberikan kontribusi terhadap *Brand Loyalty* pada Restoran Sate Taichan Goreng. Semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka akan meningkatkan *Brand Loyalty*

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk menjadi bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai unsur pengambilan keputusan, antara lain :

1. *Brand Image* Sate Taichan Goreng yang dikenali oleh konsumen merupakan aset berharga bagi suatu produk. Sate Taichan goreng harus mampu meningkatkannya, yaitu melalui kekuatan dalam meningkatkan cita rasa dan menciptakan keunikan dalam cita rasa / tampilan pada

produk Sate Taichan Goreng, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga *Brand Image* dari Sate Taichan Goreng akan melekat pada benak konsumen.

2. Restoran Sate Taichan Goreng dapat terus mempertahankan Kualitas Produk melalui Kinerja (*Performance*) yaitu berupa proses pembuatan produk Sate Taichan Goreng yang higienis dan memiliki varian produk yang berbeda dari produk lain. Dapat memberikan pengalaman tersendiri bagi konsumen Sate Taichan Goreng yang pada akhirnya akan membuat adanya pembelian.
3. *Brand Loyalty* Sate Taichan Goreng yang sudah menjadi rekomendasi konsumen dalam membeli produk makanan merupakan aset penting bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan harus mampu mempertahankan. Karena melalui reverensi atau rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk Sate Taichan Goreng, sehingga nantinya akan menimbulkan adanya konsumen baru.