

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Cira merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan.
2. Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan.
3. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan.
7. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dalam mewujudkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu senantiasa membangun kepercayaan. Kepercayaan ini diwujudkan dengan meningkatkan citra merek dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih memperhatikan citra merek yang dirasa sangat penting dalam menanamkan citra perusahaan yang baik dalam benak konsumen. Serta dalam memberikan kepuasan konsumen, perusahaan harus lebih memperhatikan dalam memenuhi kebutuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapannya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji citra merek terhadap loyalitas agar mempertimbangkan pengaruh variabel citra merek secara tidak langsung melalui kepercayaan.