

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian diatas untuk menguji pengaruh variabel independent (Citra merek dan Kepercayaan merek) terhadap variabel dependen (Loyalitas merek) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek mampu berkontribusi terhadap Loyalitas Merek pada Produk Roma Sari Gandum. Artinya semakin baik citra merek yang dihasilkan oleh suatu produk maka semakin tinggi pula loyalitas merek
2. Variabel kepercayaan merek mampu berkontribusi terhadap Loyalitas Merek pada Produk Roma Sari Gandum. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kepercayaan merek maka semakin tinggi pula loyalitas merek.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas sebagai implikasi dari hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran sebagai bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan, antara lain :

1. Pada variabel citra merek indikator *Kesukaan asosiasi merek* memiliki tingkat hubungan indikator terkecil maka, disarankan agar perusahaan memperkuat identitas mereknya melalui logo atau kemasan brand agar nama Roma Sari Gandum melekat di benak konsumen.

2. Pada variabel kepercayaan merek indikator *Karakteristik Merek* memiliki tingkat hubungan indikator terkecil. Maka, disarankan agar perusahaan meningkatkan reputasi mereknya karena merek yang baik akan selalu menjadi kepercayaan konsumen.
3. Pada variabel kepercayaan merek indikator *kekebalan dari daya tarik produk* memiliki tingkat hubungan indikator terkecil. Maka, disarankan agar perusahaan mempertahankan harga, rasa, kemasan atau hal lain yang menjadi keunggulan produk sehingga konsumen tidak mudah beralih ke produk kompetitor.