

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil dari data yang telah diolah pada penelitian ini, disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis pada pengujian hipotesis secara simultan (uji F), disimpulkan bahwa: Secara Simultan Citra Merek dan Kepercayaan Merek memiliki pengaruh
2. Hasil analisis pada pengujian hipotesis secara parsial (uji t), disimpulkn bahwa:
  - a. Secara Parsial Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek pada KFC (studi kasus Surabaya).
  - b. Secara Parsial Kepercayaan Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek pada KFC (studi kasus Surabaya).

#### 5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan:
  - a. Agar konsumen yang membeli KFC tetap memilih KFC menjadi pilihan utama sebagai resto *fast food*, maka KFC harus terus berinovasi dan menyesuaikan hal yang sedang menjadi tranding.
  - b. Sebaiknya ketika pelayan memberitahukan durasi makanan yang dipesan harus sesuai dengan realitanya agar konsumen yang menunggu tidak merasa kecewa.

- c. Sebaiknya KFC lebih bersikap selektif dalam mengeluarkan produk terbaru, menentukan harga, pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan serta dapat menjamin mutu dan kualitas merek agar tidak kalah saing dengan kompetitor.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya :

- a. Dalam studi ini peneliti hanya mengkaji pengaruh secara langsung citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Penelitian yang akan datang diharapkan mengkaji beberapa determinan yang membentuk kepercayaan merek antara lain karakteristik merek, karakteristik perusahaan serta karakteristik hubungan pelanggan-merek untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.
- b. Penelitian ini lebih banyak menggunakan responden perempuan, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya lebih memperhatikan keterwakilan kelompok responden ditinjau dari jenis kelamin agar lebih proporsional.