

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Pengaruh Kualitas Layanan dan Rebranding terhadap Brand Image Indrive adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis simultan melalui Uji F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Rebranding secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Brand Image Indrive. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,553 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Rebranding memberikan pengaruh signifikan 55,3% terhadap Brand Image. sementara 44,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.
2. Hasil analisis secara parsial (Uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
 - a. Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Brand Image Indrive. Hasil koefisien regresi sebesar 0,384 membuktikan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif terhadap Brand Image Indrive. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Brand Image Indrive.
 - b. Rebranding berpengaruh secara parsial terhadap Brand Image. Hasil koefisien regresi sebesar 0,376 membuktikan bahwa variabel Rebranding memiliki pengaruh positif terhadap Brand Image Indrive. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel Rebranding berpengaruh signifikan terhadap Brand Image Indrive.

5.2. Saran

1. Mengingat Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image, Indrive disarankan untuk terus meningkatkan aspek-aspek layanan yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Fokus pada kenyamanan, kecepatan, keamanan, serta kepuasan pelanggan dapat

lebih memperkuat citra merek di mata konsumen.

2. Dengan terbukti bahwa Rebranding juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Brand Image, perusahaan perlu lebih memperhatikan setiap elemen yang terlibat dalam proses rebranding, seperti logo, slogan, desain visual, dan pengalaman pelanggan. Proses rebranding harus tetap konsisten dengan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan oleh perusahaan, agar dapat membangun kesan yang lebih kuat dan relevan di pasar.
3. Indrive perlu melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja Kualitas Layanan dan strategi Rebranding untuk memastikan bahwa perubahan yang diterapkan tetap relevan dan mampu menjawab kebutuhan serta ekspektasi pasar yang terus berkembang.