

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek produk mie instant merek Indomie berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha di Bandung. Citra merek berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas sebesar 86.9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Ini memberikan artian bahwa ketika citra merek ditingkatkan oleh pihak Indofood, secara langsung akan meningkatkan loyalitas Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha di Bandung.

5.2 Saran

1. Mengingat persaingan dalam bisnis mie instant semakin ketat, maka bagi Indofood disarankan untuk melakukan peningkatan inovasi menciptakan mie instant yang bebas dari bahan pengawet atau meningkatkan kualitas produk mie instant
2. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen, disarankan kegiatan promosi yang berupa diskon, dan pemberian hadiah langsung kepada konsumen

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk mie instant Indomie.

3. Disarankan kepada Indofood agar selalu melakukan promosi melalui periklanan televisi. Hal ini diharapkan untuk bisa menanamkan citra merek produk perusahaan dibenak konsumen. Dalam menggunakan periklanan televisi disarankan menggunakan tema yang positif agar mampu memulihkan citra merek Indomie yang sempat dipersepsikan negatif oleh konsumen di pasar internasional.