

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, peneliti akan membahas kesimpulan dan saran bagi penelitian mendatang.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara Citra Merek dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada para responden di Wijaya Toyota II dan anggota *Agya Owner Club (AOC)* di kota Bandung. Hal ini menggambarkan, semakin positif Citra Merek yang dimiliki dan semakin positif penilaian terhadap Inovasi Produk, maka akan semakin besar juga Loyalitas Konsumen yang akan muncul, dalam penggunaan produk otomotif, yaitu mobil Toyota Agya.
2. Toyota diharapkan dapat mendorong munculnya Citra Merek yang positif dan Inovasi Produk, untuk dapat mendorong munculnya Loyalitas Konsumen.
3. Peningkatan Citra Merek dan Inovasi Produk dapat dilakukan dengan mendorong adanya aspek-aspek *Mystery*, *Sensuality*, dan *Intimacy* pada Citra Merek, dan *New Product*, *Service Innovation*, *Technological Innovation*, dan *Market Breakthrough* dari produk yang dibuat.

5.2 Saran Bagi Penelitian Mendatang

1. Penelitian mendatang disarankan untuk dapat memilih responden yang lebih luas, dengan tidak membatasi pada salah satu jenis mobil, *dealer*, atau asosiasi tertentu saja, sehingga dapat memperoleh data dengan jumlah yang lebih besar, yang dapat meningkatkan kemampuan generalisasi dari hasil penelitian.
2. Menghubungkan Loyalitas Konsumen dengan variabel-variabel kontrol yang didapatkan, sehingga dapat dilihat hubungan atau korelasi antara faktor-faktor yang ada di dalam diri konsumen dengan Loyalitas Konsumen dan anteseden-antesedennya (Citra Merek dan Inovasi).
3. Penelitian mendatang diharapkan menggunakan teknik wawancara kepada konsumen Toyota Agya.
4. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain selain Citra Merek dan Inovasi Produk yang dapat memengaruhi munculnya Loyalitas Konsumen pada para pengguna produk otomotif. Misalnya, kepuasan konsumen (Mohsan *et al.*, 2011), *customer retention* (Khan, 2012), *service quality* (Kheng, 2010), *corporate image* (Andreassen & Bodil, 1998), dan *public relation* (James & Rajendran, 2013).