

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi sederhana mengenai pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada M'GO (Maharlika Nusantara), peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diteliti menyatakan bahwa *brand image* pada M'GO (Maharlika Nusantara) tidak baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban 105 responden mengenai *brand image* berdasarkan sub variabel *recognition*, *reputation*, *affinity*, dan *loyalty* mayoritas responden menjawab netral dan tidak setuju.
2. Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diteliti menyatakan bahwa loyalitas konsumen M'GO (Maharlika Nusantara) tidak baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban 105 responden mengenai loyalitas konsumen berdasarkan sub variabel *repeat buying*, *referral*, dan *retention* mayoritas responden menjawab netral dan tidak setuju.
3. Besar pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen M'GO (Maharlika Nusantara) sebesar 54,8% dan sisanya sebesar 45,2% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *brand image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hal tersebut hendaknya pihak perusahaan sebaiknya selalu mengkaji secara berkala terhadap strategi-strategi yang diterapkan untuk mempertahankan pelanggan yang loyal bagi perusahaan
2. Hasil penelitian menunjukkan *brand image* perusahaan tidak baik di mata konsumen, oleh karena itu secepatnya pihak perusahaan memperbaiki *brand image* supaya menjadi baik lagi di mata konsumen
3. Menjalin kedekatan dengan pelanggan serta menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan sangat perlu dilakukan oleh M'GO (Maharlika Nusantara) agar loyalitas konsumen terhadap M'GO (Maharlika Nusantara) selalu dapat dipertahankan
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik dan terinci agar setiap masalah dalam perusahaan yang diteliti dapat terpecahkan dan bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti