

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan perhitungan yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Citra Perusahaan (X1), Citra Pemakai (X2), dan Citra Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Respon pelanggan terhadap brand image produk mie instant Indomie termasuk dalam kategori baik.
2. Respon pelanggan terhadap loyalitas mie instant Indomie termasuk dalam kategori tinggi
3. Secara parsial Citra Perusahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dengan persentase pengaruh sebesar 28,90%, Citra Pemakai (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dengan persentase pengaruh sebesar 29,50%, Citra Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dengan persentase pengaruh sebesar 26,90%;
4. Secara simultan, Citra Perusahaan (X1), Citra Pemakai (X2), dan Citra Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dengan total persentase pengaruh sebesar 42,7%, sedangkan sisanya sebesar 57,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Bagi Perusahaan

Sebagai pelopor mie instan di Indonesia, PT. Indofood dengan produk andalannya yaitu Indomie diharapkan dapat mempertahankan citra yang baik di kalangan masyarakat. Sehubungan dengan adanya pesaing yaitu Mi Sedaap, Indomie seharusnya memikirkan strategi lain atau pun inovasi terbaru agar pelanggan tetap loyal dan tetap merajai pasar mie instan di Indonesia.

Implikasi Manajerial

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan tambahan dalam hal variabel yang berpengaruh dengan loyalitas pelanggan, ataupun menambahkan jumlah responden agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran secara menyeluruh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, yang diharapkan dapat menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan-keterbatasan tersebut yaitu :

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan pengambilan sampel responden yang pernah mengonsumsi mie instant Indomie di Universitas Kristen Maranatha .
2. Keterbatasan waktu dalam perolehan data, sehingga kurang tersebar dan tidak bervariasi