

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari uraian penjelasan pembahasan di bab sebelumnya, penulis bisa menarik suatu simpulan

1. Terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop. Terlihat pada angka sig. 0,000 yang lebih rendah dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Tanda koefisien regresi positif yang mana menunjukkan kenaikan pada Citra Merek akan diikuti oleh peningkatan Loyalitas Pelanggan The Body Shop.
2. Variabel Citra Merek mampu menjelaskan Loyalitas Pelanggan pada The Body Shop sebesar 37,2% dan 62,8% lainnya merupakan kontribusi pengaruh dari faktor lain.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang didapati penulis, bisa diajukan beberapa saran berikut:

1. Bagi Perusahaan

Citra Merek mampu mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sehingga Citra Merek merupakan faktor utama yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen The Body Shop dalam meningkatkan loyalitas para pelanggannya. Oleh karena itu, The Body Shop perlu meningkatkan promosi tentang keunggulannya termasuk di berbagai akun jejaring sosial media dan menjalin komunikasi dengan pelanggannya secara

intens agar The Body Shop mampu memperkuat Citra Merek dan menjaga sikap loyal yang sudah tumbuh di dalam diri pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya bisa mengidentifikasi variabel yang masih jarang digunakan dalam memprediksi Loyalitas Pelanggan sehingga ditemukan variabel baru yang relevan dengan Loyalitas Pelanggan.

