

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada riset yang sudah dicoba pada warga Tanjung Sengkuang yang memakai 100 responden dengan topik “Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* deterjen merek rinso di Kelurahan Tanjung Sengkuang” bisa disimpulkan :

1. Promosi ada pengaruhnya positif serta bersignifikan kepada *brand loyalty* deterjen merek rinso di kelurahan Tanjung Sengkuang Kota Batam.
2. *Brand Image* tidak ada pengaruhnya serta bersignifikan kepada *brand loyalty* deterjen merek rinso di kelurahan Tanjung Sengkuang Kota Batam.
3. Kualitas ada pengaruhnya positif serta bersignifikan kepada *brand loyalty* deterjen merek rinso di kelurahan Tanjung Sengkuang Kota Batam.
4. Promosi, *brand image* dan kualitas produk dengan cara bersamaan berpengaruh signifikan kepada *brand loyalty*.

5.2 Saran

Tampaknya dari analisis awal data lapangan bahwa penyelidikan ini berjalan dengan baik. Meskipun rekomendasi yang dimaksudkan oleh para peneliti tercantum di bawah ini, penulis bebas untuk memberikan gagasan tambahan untuk meningkatkan pendidikan secara umum jika dibuuthkan:

1. Salah satu bidang yang mungkin bermanfaat dari penyelidikan lebih lanjut adalah hubungan antara penggunaan deterjen Rinso dan kepuasan pelanggan.
2. Peneliti selanjutnya hendaknya lebih memperluas bidang penelitian.