

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, ada pengaruh signifikan citra merek terhadap loyalitas konsumen PT Indopac Dynamic dengan thitung sebesar $4,787 > t_{tabel} 1,979$ dan signifikan $0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nela dan hakim (2015) dengan kesimpulan yaitu, citra merek memiliki tingkat signifikan sebesar 0.003 menandakan terdapatnya pengaruh positif citra merek terhadap loyalitas pengguna Smartphone Samsung di STIE Totalwin Semarang dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya, Rahyuda dan Wardana (2016) dimana Reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Secara parsial, ada pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas konsumen PT Indopac Dynamic dengan thitung sebesar $2,783 > t_{tabel} 1,979$ dan signifikan $0,006 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwandi, Sularso dan Suroso (2015) dengan kesimpulan yaitu, harga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 menandakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor Pos Bondowoso dan Situbondo dan juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Hidayat dan Firdaus (2014) dengan hasil Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah terbukti.

3. Secara parsial, ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen PT Indopac Dynamic dengan thitung sebesar $2,339 > t_{tabel} 1,979$ dan signifikan $0,021 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmatiwi, Fauzi dan Hidayat (2015) dengan kesimpulan yaitu, kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikan sebesar $0,010$ menandakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Secara simultan, ada pengaruh signifikan citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen PT Indopac Dynamic dengan F_{hitung} sebesar $31,060 > F_{tabel} 2,68$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya semakin baik semakin kondusif citra merek, harga dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan berdasarkan penelitian untuk diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian di masa mendatang adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa dikembangkan pada populasi dan sampel yang lebih banyak dan tidak hanya pada variabel citra merek, harga dan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan variabel lain seperti promosi, kualitas produk dan lain-lain.

2. Dengan adanya kekurangan tersebut, maka penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun demi kesempurnaan tugas ilmiah ini, dan di masa yang akan datang.
3. Sebagai penutup tugas ini, penulis berharap semoga tuhan yang maha kuasa, selalu memberikan taufik dan rahmatnya kepada kita semua dan semoga tugas ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca