

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis pada PT Tiga Benua dengan di dukung oleh teori yang diperoleh melalui referensi yang telah ada serta pembahasan yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiga Benua. Pernyataan tersebut menunjukkan hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiga Benua. Pernyataan tersebut menunjukkan hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiga Benua. Pernyataan tersebut menunjukkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.
4. Promosi, saluran distribusi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiga Benua. Pernyataan tersebut menunjukkan hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan peneliti bagi objek penelitian dan peneliti selanjutnya, yaitu.

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi, saluran distribusi dan citra merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas konsumen perusahaan perlu memperhatikan variabel promosi, saluran distribusi dan citra merek yang digunakan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembaca wawasan tentang variabel promosi, saluran distribusi dan citra merek terhadap loyalitas konsumen dan berguna untuk lembaga pendidikan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan lebih lanjut.
3. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi loyalitas konsumen, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.