

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah yang telah dijelaskan peneliti dalam bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Semen Dynamix di PT Solusi Bangun Indonesia yang dapat terlihat dari koefisien regresi yakni 0,004 dan t-hitung 2,925. Hal tersebut menunjukkan *brand image* yang semakin baik, loyalitas pelanggannya juga semakin mengalami peningkatan.
2. *Product quality* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Semen Dynamix di PT Solusi Bangun Indonesia yang dapat terlihat dari koefisien regresinya yakni 0,000 dan t hitung 8,407. Hal tersebut menunjukkan *product quality* semakin baik maka tingkat kesetiaan pelanggan akan semakin tinggi pula.
3. *Brand image* dan *Product quality* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Solusi Bangun Indonesia. Hal tersebut bisa dibuktikan pada signifikansinya yakni $0,000 < 0,05$ dengan F hitung yakni $55,842 > F$ tabel 3,0

5.2 Saran

Berikut beberapa masukan yang peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjadi bahan masukan bagi yang terkait, diantaranya sebagai berikut:

1. PT Solusi Bangun Indonesia diharapkan mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan meningkatkan citra merek (*brand image*) yang berbentuk dalam produk, misalnya menambah desain yang baru dikemas agar dapat menarik perhatian lebih konsumen dan menjaga kualitas produk semen Dynamix agar perusahaan mampu terus bersaing dengan perusahaan semen lainnya. Perlu untuk disadari bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih baik dan menguntungkan dibanding mencari konsumen baru untuk dijadikan pelanggan, oleh karenanya perusahaan perlu untuk lebih memperhatikan keinginan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran untuk tidak hanya meneliti variabel *brand image* dan *product quality* untuk melihat pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi menambah variabel lain dalam penelitian sehingga dapat diketahui variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain *brand image* dan *product quality* yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Karena dalam penelitian ini pengaruh *brand image* dan *product quality* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 38,3 % dan sisanya dipengaruhi faktor lain. sehingga diharapkan penelitian selanjutnya meneliti variabel lain, yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan.