

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data lengkap dan pembahasan yang dibahas sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini:

1. Hasil analisis berdasarkan data terbukti bahwa variabel citra merek pada PT Leegatama Anta Raya berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Hasil analisis berdasarkan data terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan pada PT Leegatama Anta Raya berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Hasil analisis berdasarkan data dapat dibuktikan bahwa citra merek dan kualitas layanan PT Leegatama Anta Raya berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka dipelajari pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen, peneliti dapat memberikan saran-saran dalam penelitian ini:

1. Perusahaan harus mampu menjaga atau memperbaiki citra yang terbentuk pada produknya dengan membuat bentuk kemasan yang berbeda untuk lebih menarik perhatian konsumen, maka perusahaan dapat menghasilkan model produk yang berbeda pula. Harus disadari bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih baik daripada mencari pelanggan baru dan menjadi pelanggan, dan

keuntungannya lebih tinggi, sehingga perusahaan perlu lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan.

2. Harapan kedepannya PT Leegatama Anta Raya dapat terus mengendalikan dan menyediakan ruang yang bersih, ruangan tunggu yang nyaman, dan rapi serta meningkatkan pelayanan sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Pada penelitian ini, terdapat banyaknya kekurangan data pendukung sehingga harapan peneliti dapat membuat penelitian jauh lebih baik pada kesempatan lain.
4. Pada penelitian ini, saran peneliti untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti judul mengenai citra merek dan kualitas pelayanan agar dapat mengembangkan variabel lainnya, sehingga perluasan pada penelitian dapat terbantu atau dapat menggantikan variabel independen dengan variabel lainnya guna mengetahui manakah variabel independen yang mempengaruhi minat beli konsumen.