

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi analisis hasil penelitian pada Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1 Terdapat pengaruh simultan Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. Artinya Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi merupakan hal yang penting untuk mencapai kepuasan konsumen pada produk Indomie.
- 5.1.2 Terdapat pengaruh Citra Merek secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.
- 5.1.3 Terdapat pengaruh Kualitas Produk secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.
- 5.1.4 Terdapat pengaruh Promosi secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.
- 5.1.5 Terdapat pengaruh Citra Merek secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.
- 5.1.6 Terdapat pengaruh Kualitas Produk secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.
- 5.1.7 Tidak terdapat pengaruh Promosi secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.

5.1.8 Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.

5.2 Saran

Berdasarkan deskripsi kesimpulan pada Bab IV maka saran penulis sebagai berikut :

5.2.1 Indomie harus dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan citra merek, kualitas produk dan promosinya, karena didalam penelitian ini faktor-faktor tersebut terbukti dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara simultan.

5.2.2 Indomie harus menganalisa bentuk promosi yang digunakannya, karena dalam penelitian ini promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, mungkin dengan metode promosi yang belum dilakukan.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. maka penulis menyampaikan implikasi manajerial sebagai berikut :

5.3.1 Bagi Perusahaan

Perusahaan harus mempertahankan citra positif pada merek, menciptakan ciri khas dari produk dan mempertahankan kualitas produk tersebut dikarenakan semakin banyaknya bermunculan produk pesaing yang sama sehingga loyalitas konsumen akan terus terjaga, dengan melakukan promosi yang menarik, inovatif, menghibur dan mudah mengerti agar loyalitas konsumen lebih terbentuk. Perusahaan harus mempertahankan kepercayaan dan citra positif dimata masyarakat dan meningkatkan kualitas yang dimiliki sehingga loyalitas konsumen tetap terjaga.

5.3.2 Bagi Akademisi

Peneliti selanjutnya dapat memperluas jumlah sampel yang diteliti dan populasi penelitian tidak hanya di khususkan pada pengunjung toko retail seperti Superindo. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat diharapkan sebagai penambah wawasan pengetahuan terkait Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.

