

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh promosi penjualan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada Adidas Metropolitan Mall Bekasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh parsial signifikan antara Promosi Penjualan (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Adidas Metropolitan Mall Bekasi. Jika Promosi Penjualan (X1) meningkat, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel uji t (parsial).
2. Terdapat pengaruh parsial signifikan antara Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Adidas Metropolitan Mall Bekasi. Jika Citra Merek (X2) meningkat, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel uji t (parsial).
3. Terdapat pengaruh simultan yang signifikan dan cukup kuat antara Promosi Penjualan (X1) dan Citra Merek (X2) dengan Loyalitas Konsumen (Y) Adidas Metropolitan Mall Bekasi. Jika Promosi Penjualan (X1) meningkat, dan diiringi dengan Citra Merek (X2) meningkat, maka akan diikuti dengan meningkatnya Loyalitas Konsumen (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel uji f (simultan).
4. Dapat diprediksi dengan persamaan regresi :  $Y = 2,999 + 0,471 X1 + 0,480 X2$  menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 skor pada Promosi Penjualan (X1) akan diikuti terjadi kenaikan loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,471 jika nilai Citra Merek (X2) tetap. Demikian seterusnya jika terjadi kenaikan Citra Merek (X2) akan diikuti terjadinya kenaikan Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0,480 jika nilai Promosi Penjualan (X1) tetap dengan nilai konstanta 2,999. Dapat dilihat di tabel analisis regresi linear berganda.

## 5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL

Adapun implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Adidas

Metropolitan Mall Bekasi berdasarkan penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh penulis tentang promosi penjualan di Adidas Metropolitan Mall Bekasi, apabila dilihat dari indikator promosi penjualan maka pihak Adidas Metropolitan Bekasi dapat meningkatkan promosi penjualan. Misalnya dalam hal mengikuti pameran, pertunjukan, peragaan, demonstrasi dan sebagainya agar lebih ditingkatkan lagi. Guna untuk mengingatkan kepada para konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Pihak Adidas Metropolitan Mall Bekasi dapat membuat program pemberian potongan harga pada pelanggan yang mempunyai member card, atau potongan harga pada hari-hari tertentu seperti strategi promosi penjualan yang digunakan oleh brand pesaing / *competitor*. selain itu, Adidas pun bisa menggunakan *sales promotion girl* (SPG) / *sales promotion boy* (SPB) yang menarik. Agar konsumen bisa tertarik untuk kembali membeli produk Adidas di Metropolitan Mall Bekasi sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen.
3. Diharapkan pihak Adidas Metropolitan Mall dapat memperhatikan lokasi untuk penempatan outlet Adidas, misalnya di tempat yang ramai pengunjung atau di tempat berkumpul anak remaja yang kekinian di Bekasi. Adidas juga harus lebih sering mengadakan pameran atau menjadi sponsor pada suatu acara besar. Memungkinkan bagi para konsumen dapat merekomendasikan kepada keluarga, kerabat dan teman-temannya, sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Adidas Metropolitan Mall Bekasi.