

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (X_1) dan Promosi (X_2) secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Promosi secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek di Kelurahan Kenten Laut Banyuasin. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t_{hitung} Citra Merek (X_1) sebesar $11,063 > t_{tabel}$ sebesar $2,048$. Hasil koefisien regresi menunjukkan hasil sebesar $0,537$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan citra merek maka akan meningkatkan loyalitas konsumen dan sebaliknya. Citra Merek menjadi variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas konsumen
2. Variabel Promosi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t_{hitung} Promosi (X_2) sebesar $2,521 > t_{tabel}$ sebesar $2,048$. Hasil koefisien regresi menunjukkan hasil sebesar $0,161$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan promosi maka akan meningkatkan loyalitas konsumen dan sebaliknya.
3. Variabel Citra Merek dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar $590,516 > F_{tabel}$ sebesar $3,35$. Kemudian pada hasil koefisien determinasi menunjukkan variasi variabel independen sebesar $0,978\%$ dan $2,2\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

1.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai bahan

pertimbangan pihak PT Go-Jek dan penelitian objek selanjutnya, yakni sebagai berikut:

1. Pada aspek Citra Merek, PT Go-Jek diharapkan dapat terus memperhatikan dan meningkatkan kembali Loyalitas Konsumen dengan memperhatikan cara menciptakan kelebihan citra merek dalam hal memperbarui kualitas pelayanan, yaitu dengan cara memperketat driver agar selalu menggunakan jaket belogo Go-Jek, agar dapat menambah keyakinan konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.
2. Pada aspek Promosi, PT Go-Jek diharapkan dapat terus memperhatikan dan meningkatkan Loyalitas Kosumen dengan memperhatikan bauran promosi dalam hal memotivasi konsumen agar menggunakan jasa tersebut, yaitu dengan cara memperbanyak potongan harga dan memberikan voucher gratis kepada konsumen yang telah menggunakan jasa Go-Jek sebanyak 10 kali.
3. Pada aspek kedua variabel, PT Go-Jek harus terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek dan promosi secara bersamaan, mengingat bahwa citra merek dan promosi secara bersama-sama dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Sehingga merek Go-Jek memiliki kesan yang baik di ingatan konsumen dan akhirnya terus menjadi konsumen yang loyal.
4. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengambil ruang lingkup penelitian dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen seperti; harga, kesadaran merek, dan sebagainya yang tidak dibahas pada penelitian ini