



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta Dikuasai Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas merek Zara di Jakarta dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang diciptakan oleh Zara maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk terus loyal membeli produk Zara karena kualitasnya yang terjamin sangat baik.

2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas merek. Hal ini berarti peningkatan citra merek Zara, akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Zara.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

##### 1. Bagi Zara

- Zara diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas setiap produk yang diproduksi, dengan memperhatikan indikator-indikator penting yang menjadi faktor pendukung terciptanya kualitas produk yang baik, agar mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen mengenai kualitas produk yang telah dihasilkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Zara diharapkan dapat menetapkan penetapan citra merek yang baik dibenak konsumen, sehingga ada perbedaan keunikan yang dapat langsung dikenali yang dimiliki oleh Zara dan tidak dimiliki *brand fashion* lainnya.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**2. Bagi Penelitian selanjutnya**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Kualitas produk, citra merek, dan loyalitas merek. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan loyalitas merek, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti *Brand Trust, Brand Experience, Brand Satisfaction, Perceived Quality, Price* dan lain-lain agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.