



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh *Brand image* dan *Brand experience* terhadap *Brand loyalty* produk Emina yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand image* sebuah perusahaan maka akan membentuk *brand loyalty*.
2. *Brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand experience* dari konsumen, maka akan membentuk *brand loyalty*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Paragon Technology and Inovation (Emina)

PT Paragon Technology and Inovation (Emina) diharapkan terus mempertahankan pelayanan dan kualitas yang sudah ada bahkan lebih ditingkatkan sehingga semakin banyak konsumen yang percaya pada produk Emina dan akan membeli kembali produk-produk Emina. Selain itu, Emina diharapkan dapat membuat inovasi-inovasi baru dengan model yang mengikuti perkembangan zaman, dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

online sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili semua kalangan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan dengan menambah variabel lainnya seperti, strategi pemasaran, *customer satisfaction*, persepsi konsumen, dan lainnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

