KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Banten Tea di daerah Kelapa Gading, maka kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Citra merek berpengaruh signifikan positif pada loyalitas konsumen Banten Tea. Dengan demikian setiap adanya peningkatan pada citra merek pada Banten Tea akan meningkatkan loyalitas konsumen Banten Tea
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan positif pada loyalitas konsumen Banten Tea. Dengan demikian setiap peningkatan kualitas produk pada Banten Tea akan meningkatkan loyalitas konsumen Banten Tea
3. Citra merek dan Kualitas produk berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen berpengaruh positif. Dengan demikian kualitas produk dan citra merek mampu meningkatkan loyalitas konsumen Banten Tea

B. Saran

1. Bagi Banten Tea :

   a. Meningkatkan citra merek Banten Tea yang masih kurang baik dalam benak konsumen, agar konsumen dapat melakukan pembelian secara berkala dan

mulai menanamkan Citra merek yang di buat oleh Banten Tea kepada konsumen. PT Harendong Green Farm harus lebih focus untuk membangun citra merek.

b. Mengenai Kualitas produk, Banten Tea di Kelapa Gading harus bisa meningkatkan kualitas produk supaya konsumen menjadi lebih loyal kepada Banten Tea. Banten Tea harus memberikan perhatian lebih keproduknya agar bisa berkompetisi di dalam pasar dalam negeri.

c. Mempertahankan citra merek dan kualitas produknya agar kedepannya konsumen dapat melakukan pembelian kembali dengan produk yang mempunyai kualitas sama atau bahkan lebih baik lagi bagi konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terbatas pada citra merek, kualitas produk, dan loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain sehingga penelitian menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.