

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan berikut ini.

1. Ekuitas merek (X_1) memiliki pengaruh sebesar 18,9% terhadap kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya sebesar 81,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini menunjukkan hubungan yang searah artinya semakin baik ekuitas merek maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.
2. Kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh sebesar 52,9% terhadap kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini menunjukkan hubungan yang searah artinya semakin baik kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.
3. Ekuitas merek (X_1) memiliki pengaruh sebesar 53,1% terhadap loyalitas pelanggan (Z) sedangkan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini menunjukkan hubungan yang

searah artinya semakin baik ekuitas merek maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.

4. Kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh sebesar 59,9% terhadap loyalitas pelanggan (Z) sedangkan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini menunjukkan hubungan yang searah artinya semakin baik kualitas produk maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi
5. Kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh sebesar 33,2% terhadap loyalitas pelanggan (Z) sedangkan sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini menunjukkan hubungan yang searah artinya semakin baik kepuasan pelanggan (Y) maka loyalitas pelanggan (Z) akan semakin tinggi
6. Ekuitas merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh sebesar 69,5% terhadap loyalitas pelanggan (Z) serta memiliki pengaruh positif dan signifikan, hal ini menunjukkan hubungan yang searah artinya semakin baik ekuitas merek dan kualitas produk maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.
7. Ekuitas merek (X_1), kualitas produk (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh sebesar 69,6% terhadap loyalitas pelanggan (Z) sedangkan sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati penulis serta memiliki pengaruh yang signifikan

hal ini menunjukkan variasi atau perubahan pada variabel loyalitas pelanggan (Z) dapat dijelaskan oleh ekuitas merek (X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y).

5.2 Saran

Saran penulis setelah melakukan penelitian, pembahasan, dan merumuskan kesimpulan mengenai ekuitas merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan yaitu :

1. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan yaitu ekuitas merek dan kualitas produk sehingga RM Tahu Sumedang Renyah harus mampu memperkuat dan meningkatkan menciptakan ekuitas merek dalam dimensi *brand association* dan *brand loyalty* dengan cara menciptakan simbol yang menarik untuk menjadi ciri khas dari restoran lain sehingga pelanggan mudah untuk mengingat dan akan berdampak pada loyalitas pelanggan serta meningkatkan *brand loyalty* dengan cara menciptakan produk baru dan mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat bermanfaat bagi pelanggan dengan tujuan agar tetap membeli produk dimasa yang akan datang dan tidak terpengaruh oleh penawaran dari restoran lain.

2. Hasil penelitian yang telah dilakukan hanya terdiri dari empat variabel yaitu ekuitas merek, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, agar lebih baik lagi maka untuk penelitian lainnya disarankan untuk menambah variabel penelitian seperti harga dan manajemen sumber daya.

