

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dimana kualitas produk akan membuat konsumen selalu menggunakan produk tersebut serta meningkatkan loyalitas konsumen.
2. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dimana *brand image* menciptakan persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk serta meningkatkan loyalitas konsumen.
3. *Brand attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dimana *brand attitude* merupakan sikap positif dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk yang menciptakan loyalitas konsumen.
4. Kualitas produk, *brand image* dan *brand attitude* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan kualitas produk yang baik akan menciptakan *brand image* yang baik pula sehingga tercipta *brand attitude* yang positif yang akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

Berdasarkan angka koefisiensi maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas produk.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan kepada perusahaan untuk:

1. Agar perusahaan terus meningkatkan kualitas produknya guna lebih meningkatkan kepuasan konsumen atas produk yang dibelinya serta dapat menciptakan pelanggan-pelanggan baru. Dengan kualitas produk yang baik maka akan semakin meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap Kopi Cap Kuda.
2. Dari segi *brand image* perlu terus ditingkatkan melalui peningkatan kualitas produk serta peningkatan pelayanan pada konsumen serta layanan lain yang dapat menciptakan kesan yang baik atas merk Kopi Cap Kuda.

3. Dari segi *brand attitude* perlu terus ditingkatkan melalui peningkatan *brand image* serta peningkatan pelayanan pada konsumen guna menghindari adanya kesan dan sikap negatif konsumen terhadap merk Kopi Cap Kuda.
4. Dari segi loyalitas konsumen dapat diupayakan melalui peningkatan kualitas produk guna menciptakan *brand image* dan *brand attitude* yang positif dari konsumen sehingga nantinya akan menciptakan konsumen yang loyal serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.