

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana loyalitas pelanggan Kopdar Kudus dapat dipengaruhi oleh *brand image* dan kualitas. Berikut kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan :

1. Hasil pengujian statistik *brand image* terdapat pengaruh (signifikan) pada loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari pengujian nilai t hitung yang memberikan hasil $2,905 > t$ tabel $1,984$ dan diperoleh tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$ sehingga dinyatakan ditolaknya H_0 dan diterimanya H_a . Pelanggan Kopdar Kudus menjadi loyal karena mereka memiliki persepsi yang baik pada Kopdar Kudus. Jika pandangan konsumen semakin baik terhadap citra merek, sehingga konsumen akan menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Dengan pembentukan citra merek yang baik (memberi keunggulan/keunikan yang dapat membedakan dengan merek lain) pada produk atau jasa maka otomatis akan membuat konsumen menjadi percaya serta puas akan layanan yang diberikan, dengan kepuasan tersebut nantinya konsumen akan tetap menggunakan jasa yang sama kedepannya.
2. Hasil pengujian statistik kualitas pelayanan terdapat pengaruh (signifikan) pada loyalitas pelanggan Kopdar Kudus. Dapat dibuktikan dari analisis nilai t hitung yang memberikan hasil $2,289 > t$ tabel $1,984$ dan diperoleh tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ sehingga dinyatakan ditolaknya H_0 dan diterimanya H_a . Pelanggan akan merasa puas jika pemberian layanan perusahaan telah memenuhi dengan apa yang pelanggan harapkan seperti halnya pemberian rasa aman dan nyaman saat berkendara, ketanggapan karyawan dalam menangani keluhan dari pelanggan, memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, ketepatan waktu dalam menjemput pelanggan. Dengan pemberian layanan yang berkualitas maka akan otomatis menimbulkan loyalitas pelanggan yang tinggi.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan tema yang sama di masa mendatang agar dapat menyempurnakan penelitian, seperti memasukan variabel diluar penelitian (*brand image* dan kualitas pelayanan) dan memperbanyak informasi untuk melengkapi penelitian ini.
2. Bagi Kopdar Kudus sebaiknya meningkatkan strategi untuk menciptakan citra merek Kopdar Kudus yang baik dibenak pelanggan untuk meningkatkan loyalitas yang baik pula. Membentuk citra merek dapat dilakukan dengan pemberian nilai-nilai baik untuk pelanggan.
3. Kopdar Kudus diharapkan mampu mengoptimalkan kualitas layanan dari faktor lain, seperti kenyamanan berkendara, kesesuaian harga, dan lain sebagainya. Sehingga menjadikan pengalaman yang baik pada pelanggan ketika menggunakan jasa Kopdar Kudus.

