

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Zakiyah Kaftan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Toko Zakiyah Kaftan Desa Sidorejo Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang)” diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 4,867 > dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 3,365 > dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,001 < dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 0,804 < dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,421 > dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 2,179 > dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,029 < dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 3,540 > dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t statistic* 2,663 > dari *t* tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,008 < dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t statistic $2,772 >$ dari t tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,006 <$ dari $0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan secara positif dan signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Zakiyah Kaftan
 - a. Diharapkan pihak Zakiyah Kaftan mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang baik pada produknya sehingga membuat konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk Zakiyah Kaftan.
 - b. Diharapkan pihak Zakiyah Kaftan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produknya dengan tetap memberikan produk sesuai yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk Zakiyah Kaftan.
 - c. Diharapkan pihak Zakiyah Kaftan mempertahankan hubungan baik dengan konsumennya, para agen, sub agen dan *reseller*.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama, diharapkan mampu mengulas lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mampu mempengaruhi loyalitas konsumen Zakiyah Kaftan selain citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen.