

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa  $r = 0,729$ ,  $p = 0,000$  taraf signifikansi  $p < 0,05$ , dan  $df = n - 2 = 150 - 2 = 148$  dengan pengujian dua arah dapat diperoleh nilai  $r_{tabel} = 0,160$  hasil tersebut menggambarkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,729 > 0,160$ ). Sehingga dapat disimpulkan hipotesa nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesa alternatif ( $H_a$ ) diterima yang artinya terdapat “hubungan yang positif antara citra merek dengan loyalitas konsumen pada pasmira Gresik”.

Hasil perhitungan regresi (uji t) menunjukkan nilai koefisien beta nol  $-2.138$  ( $\alpha$ ) dan nilai ( $b_1$ ) adalah  $0,282$  dengan nilai  $t_{hitung} = 12.958$  maka persamaan garis regresi menggunakan metode kuadrat terkecil (*least squares method*) yang didapat adalah  $y = a + bX$  artinya  $y = -2.138 + 0,282x$  sehingga persamaan regresi di atas dapat diartikan koefisien regresi citra merek sebesar  $0,282$  menyatakan bahwa setiap penurunan 1 nilai citra merek, maka nilai loyalitas konsumen bertambah  $0,282$ . Berdasarkan hasil uji regresi di atas maka dapat disimpulkan  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga kesimpulannya bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra merek terhadap variabel loyalitas konsumen.

## B. Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari frekuensi jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam variabel citra merek terhadap loyalitas konsumen pada pasmira Gresik. Beberapa saran yang dapat diberikan sehubungan dengan penelitian ini adalah :

### a. Bagi Perusahaan

Produk *fashion* muslim merupakan salah satu produk industri kreatif. produk *fashion* muslim merupakan perpaduan antara *soft skill* dan nilai seni yang bergerak dinamis mengikut *trend* maka dibutuhkan inovasi-inovasi terkini untuk dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan jilbab pasmira hendaknya melakukan upaya perbaikan produk yang berkelanjutan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Upaya tersebut bisa berupa bekerjasama dengan *designer fashion* muslim untuk menciptakan produk jilbab yang *up date* dan mempunyai nilai jual yang tinggi sehingga mampu bersaing dengan kompetitor.

Pasmira hendaknya memantapkan konsep dari produk jilbab yang diusung menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya (apakah perlu melakukan konsep ulang atau merealisasikan citra pasmira dalam desain produk), serta mengevaluasi konsep tersebut secara *continue*. Selain itu pasmira hendaknya melakukan pemetaan riset konsumen tentang produk jilbabnya, riset tersebut dapat dilakukan saat sebelum dan setelah mengeluarkan produk jilbab yang baru. Pasmira hendaknya juga mengevaluasi semua yang berhubungan dengan produk melalui atribut. Salah satu yang harus diperhatikan atribut yang

berhubungan langsung dengan produk (komposisi fisik produk berupa kualitas bahan, pemilihan desain, warna, kenyamanan). Atribut produk yang kurang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan merek dari produk. Produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan membentuk *image* yang positif terhadap merek dari produk tersebut.

b. Bagi Penelitian Berikutnya

Bagi penelitian berikutnya diharapkan dapat lebih menyempurnakan lagi beberapa kelemahan dalam penelitian ini, kelemahan penelitian ini antara lain : perluasan populasi dan jumlah sampel serta keterbatasan dalam membuat dan mengolah instrumen agar hasil penelitian berikutnya dapat semakin baik lagi. Diharapkan untuk penelitian lain dapat lebih menggali lagi tentang loyalitas konsumen dan pengaruhnya dengan hal lain mengingat ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas selain citra merek seperti kualitas produk, desain, dan kepuasan konsumen.