BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul "Pengaruh Brand Image Product Terhadap Loyalitas Konsumen" yang telah dilakukan peneliti dengan populasi konsumen reSHARE Rabbani, yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa r_{xy} (r_{xy}) lebih kecil daripada " r " tabel, maka hipotesis nihil (H0), diterima dan hipotesis kerja (H1) ditolak.
2. Berarti bahwa tidak ada pengaruh antara *brand image product* dengan loyalitas konsumen.

Dari hal ini, maka hipotesis nihil (H0) berbunyi: tidak ada pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen" dan hipotesis kerja (H1) "ditolak".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, membuktikan bahwa *brand image product* tidak mempengaruhi loyalitas konsumen, penulis menganalisa dari hasil tersebut, bahwa cenderung konsumen yang membeli produk di reSHARE Rabbani Jl. Dharmawangsa Surabaya, menganggap reSHARE Rabbani masih belum bisa membangun *brand image* sehingga konsumen tidak loyal dalam pembelian produk reSHARE Rabbani.

Bagi peneliti lain, saya harapkan adanya penelitian tentang faktor-faktor yang dapat menjadikan konsumen loyal pada suatu produk, agar nantinya dapat dijadikan acuan bagi produsen dalam mengatur strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk.

Dan saran buat konsumen, yaitu dapat memilih produk dengan cerdas yang mana sebuah produk dipilih bukan karena *brand image* tetapi lebih dipilih karena kualitas, harga dan model. Karena hal tersebut lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id