

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui pengolahan data dan pembahasan mengenai Pengaruh Harga, Promosi Dan *Brand image* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus Produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *brand image* terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
7. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
8. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.
9. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, seperti kualitas produk. Dengan menggunakan variabel-variabel lain yang bervariasi untuk dilakukan pengujian maka penelitian ini akan menjadi lebih luas.

2. Bagi Perusahaan:

Pada variabel harga jawaban rata-rata terendah responden terendah pada indikator Adanya penawaran harga yang baik, jadi perusahaan Sari Roti harus meningkatkan penawaran harga yang baik agar selalu tercipta minat beli dan loyalitas pelanggan pada produk Sari Roti. Pada variabel promosi jawaban rata-rata terendah responden pada indikator promosi berupa potongan harga, jadi perlu ditingkatkan juga promosi yang bersifat potongan harga, agar tercipta minat beli dan loyalitas pelanggan pada produk Sari Roti. Pada variabel *brand image* jawaban rata-rata terendah pada indikator Kesesuaian antara kesan merek di benak konsumen , jadi perlu ditingkatkan kembali kesan merek agar tercipta minat beli dan loyalitas pelanggan pada produk Sari Roti.