

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Setelah melalui pengumpulan data dan pengolahan hasil-hasil studi dengan menggunakan alat uji statistik faktor analisis, dan *multiple linear regression* dalam piranti lunak SPSS versi 15 untuk masing-masing model pengukuran penelitian, berikut ini adalah beberapa kesimpulan studi yang dapat ditarik sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap citra merek Pelumas Meditran dilihat dari atribut dan manfaat terbentuk di dalamnya sudah baik
2. Pelanggan menyatakan komitmennya untuk loyal terhadap merek Pelumas Meditran.
3. Secara keseluruhan Citra merek yang dimiliki oleh Pelumas Meditran berpengaruh kuat terhadap loyalitas pelanggan, baik berupa atribut maupun manfaat yang terdapat pada Pelumas Meditran.

B. SARAN

Pada kesempatan ini, berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti ingin menyampaikan saran kepada PT PERTAMINA berkenaan dengan produk Pelumas kendaraan diesel Meditran :

1. Kepada PT PERTAMINA agar dapat terus menjaga citra merek yang telah terbentuk di dalam benak pelanggannya yaitu berupa atribut maupun manfaat yang diberikan kepada konsumen.
2. Dari penelitian ini, diketahui konsumen berkomitmen untuk loyal terhadap Pelumas Meditran, PT PERTAMINA agar dapat terus dapat memenuhi segala kebutuhan yang dikehendaki oleh konsumen dan terus mempertahankan konsumen yang telah loyal, karena persaingan akan semakin ketat
3. Setelah melakukan penelitian ini, secara keseluruhan pelumas Meditran memang telah menumbuhkan sebuah citra merek yang kuat dalam benak konsumen. Secara kualitas maupun harga memang Pelumas Meditran memiliki keunggulan, apalagi Pelumas Meditran memiliki sebuah asosiasi yang unik dimana konsumen akan melakukan perilaku pembelian tanpa harus adanya sebuah alasan yang dapat menghambat. Akan tetapi kemasan Pelumas Meditran dirasa kurang menarik dan bagus oleh pelanggan. Setidaknya untuk menyempurnakan sebuah citra merek yang telah terbentuk, sekiranya PT PERTAMINA dapat merubah kemasan Pelumas Meditran menjadi lebih bagus dan menarik perhatian konsumen.

Kemudian saran-saran yang dapat peneliti ajukan untuk penelitian-penelitian mengenai pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Melakukan penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif tidak saja secara kuantitatif, melainkan juga dapat dilakukan secara kualitatif, untuk

mengidentifikasi cara mempertahankan loyalitas, sebagai bagian dari konsep loyalitas yang saat ini merupakan konsep yang penting dalam pemasaran sebuah perusahaan.

2. Melakukan pembaharuan teori tentang konsep loyalitas, karena konsep loyalitas selalu berkembang seiring dengan sengitnya persaingan dalam pemasaran.
3. Perlunya memperbaharui pengetahuan tentang *software* penelitian setiap saat, guna memperoleh hasil olahan data yang lebih memadai.
4. Menguasai teori, metode penelitian, dan sistematika pengolahan data merupakan kunci sukses dalam melakukan penelitian.

