BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1 Tanggapan responden tentang kualitas produk kaos *Distro Airplane system* menunjukkan bahwa indikator tertinggi adalah aspek performa dimana kualitas produk kaosnya dinilai baik dan sangat menarik perhatian responden sedangkan indikator terendah adalah aspek kemampuan pelayanan dimana dinilai belum memudahkan responden untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal.

2 Tanggapan responden tentang citra merek *Distro Airplane system* menunjukkan bahwa indikator tertinggi adalah asosiasi yang terdiri atribut, manfaat, sikap dinilai sudah baik sedangkan indikator terendah adalah aspek keunikan dari merek *Distro Airplane system* dimana dinilai belum baik dan masih perlu di tingkatkan.

3 Tanggapan responden tentang loyalitas responden *Distro Airplane system* menunjukkan bahwa indikator tertinggi adalah dalam merekomendasikan produk dari *Distro Airplane system* kepada orang lain dinilai sudah baik sedangkan indikator terendah adalah dalam aspek dimana responden melakukan pembelian secara teratur dimana dinilai belum baik karena responden masih berpindah – pindah ke *Distro* lainnya.

4 Kualitas produk kaos dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian seperti ekuitas merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan sebagainya. Artinya semakin tinggi Kualitas produk dan semakin baik citra merek maka akan semakin loyal pelanggan pada *Distro Airplane system* Bandung. Citra merek berpengaruh lebih tinggi dibandingkan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian Pengaruh kulitas produk kaos dan citra merek terhadap loyalitas responden pada *Distro Airplane System* Jl. Aceh No.44 Bandung, maka penulis mempunyai beberapa saran antara lain sebagai berikut :

1. Aspek kemampuan pelayanan pada kualitas produk kaos *Distro Airplane System* dinilai masih perlu ditingkatkan agar lebih baik lagi tetapi aspek performa dari kualitas produk kaos *Distro Airplane System* sudah nilai baik maka untuk mencapai tingkat maksimal dalam kualitas produk diperlukan adanya kualitas yang bagus dan dapat menarik perhatian responden, selain itu *Distro Airplane System* tetap harus mempertahankan kualitas produk kaosnya agar dapat bersaing dengan pesaing – pesaingnya. Untuk meningkatkan kemampuan pelayanan pada kualitas produk kaos *Distro Airplane System* diperlukan kualitas yang bagus terlebih dahulu dan selanjutnya meningkatkan pelayanan setelah kualitas produk kaosnya sudah baik dimata responden.

2. Aspek keunikan dari merek *Distro Airplane system* dinilai belum baik dan masih perlu di tingkatkan lagi, maka untuk menghadapi keunikan dari merek yang belum baik menurut responden, diperlukan inovasi dan kreativitas yang tinggi dalam mempertahankan citra merek agar tetap dikenal dan diminati oleh responden.
3. Aspek dimana responden melakukan pembelian secara teratur dinilai belum baik dikarenakan responden masih berpindah – pindah ke *Distro* lainnya, supaya responden tidak berpindah – pindah ke *Distro* lainnya maka diperlukan strategi yang dapat menarik responden untuk loyal dan *Distro Airplane system* harus mampu mengetahui permintaan dan kebutuhan dari responden.
4. Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa kulitas produk kaos dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas responden pada *Distro Airplane system* Bandung, maka disarankan kualitas produk kaosnya dan citra mereknya harus terus ditingkatkan dan dipertahankan lagi supaya responden dapat terus loyal pada *Distro Airplane system* dan agar responden tidak berpindah – pindah ke *Distro* yang lainnya maka *Distro Airplane system* harus melakukan inovasi dan kreativitas serta mampu menganalisis peluang dan permintaan dari responden.
5. Untuk peneliti selanjutnya mengadakan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti ekuitas merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan sebagainya.