

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Toko Vivin Kota Gunungsitoli maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Identitas merek berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen baju adat Nias di Toko Vivin Kota Gunungsitoli, berdasarkan perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,830 sehingga $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,830 > 0,2072$) Hasil ini mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau ada pengaruh identitas merek terhadap loyalitas konsumen pada toko Vivin Kota Gunungsitoli.
2. Hasil Regresi Linear Sederhana R^2 / koefisien determinan menunjukkan pengaruh identitas merek terhadap loyalitas konsumen sebesar 69% Angka ini mengindikasikan bahwa sebagian besar faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh kekuatan identitas merek yang dimiliki perusahaan Sisanya sebesar 31% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya penulis akan menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran – saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi Toko Vivin Kota Gunungsitoli
 - a) Toko Vivin Gunungsitoli perlu mengevaluasi identitas mereknya saat ini supaya mampu mempertahankan loyalitas konsumennya
 - b) Toko Vivin perlu terus melakukan inovasi dan peningkatan kualitas produk agar tetap kompetitif di pasar.
 - c) Melakukan riset pasar secara berkala untuk menentukan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dan persaingan industri.
 - d) Toko Vivin Gunungsitoli perlu memperkuat identitas mereknya karena loyalitas konsumen baju adat Nias mempunyai hasil yang tinggi dalam

penelitian yang telah dilakukan, berdasarkan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam penelitian ini, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam mengembangkan dan menemukan faktor – faktor lain

- e) Toko Vivin Gunungsitoli perlu melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial supaya produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen, seperti kualitas layanan, loyalitas merek, atau pengaruh pesaing.
- b) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar dan mencakup berbagai level konsumen untuk hasil yang lebih representatif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Focus variabel yang terbatas pada identitas merek sebagai variabel independent dan loyalitas konsumen dapat juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, pelayanan dan promosi