

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diatas dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat *brand image* dan loyalitas konsumen pada majalah KaWanku sudah baik, dengan tingkat *brand image* pada majalah KaWanku sebesar 42.23% dan tingkat loyalitas konsumen pada majalah KaWanku sebesar 37.22%.
2. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada majalah KaWanku di Kecamatan Bekasi Utara. Dengan pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen sebesar 25,9% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti sebesar 74,1%. Sedangkan analisis regresi yang didapatkan dari hasil uji hipotesis yang menyimpulkan bahwa variabel *brand image* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas karena nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.127 > 1.699$).

B. Saran

1. Disarankan majalah KaWanku lebih lagi memperhatikan bonus poster bagi konsumen. Karena 6 dari 30 responden menjawab ragu-ragu dalam peertanyaan mengenai bonus poster tersebut. Maka majalah

KaWanku dapat memperbaiki bonus poster yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen.

2. Kepada peneliti yang akan datang diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.