

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari Karya Ilmiah ini yaitu :

Adanya hubungan yang positif antara citra perusahaan dengan loyalitas konsumen larutan penyegar Cap Badak sebesar 0,72 dan besarnya pengaruh citra perusahaan PT. Sinda Budi Sentosa menerangkan loyalitas konsumen sebesar 51,84% dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$), sedangkan sisanya yaitu 48,16% dijelaskan oleh faktor lain diluar citra perusahaan seperti promosi dan kualitas produk yang dijual. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima .

B. Saran

Dari deskripsi dan analisis kasus yang telah dikemukakan kemudian menggabungkannya dengan teori yang bersangkutan dan berdasarkan hasil penelitian dari 45 responden terkait tabel 3.3 tentang citra perusahaan dan loyalitas konsumen, pada Naga *Swalayan* Ciracas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya harus lebih lagi menyuarakan jargon-nya kepada masyarakat atau konsumen agar para konsumen dapat lebih tertarik untuk terus menggunakan produk larutan Cap Badak dan produk pun dapat menjadi *brand minded* di benak konsumen dan masyarakat. Perusahaan juga harus memperhatikan dan memilih jargon secara tepat dan baik agar jargon dapat ingat oleh para konsumennya serta harus di sosialisasikan secara terus menerus. Karena berdasarkan survei yang di lakukan masih banyaknya konsumen yang belum mengetahui jargon dari produk atau perusahaan. Jargon sangat penting dalam membangun citra perusahaan di benak konsumen.
2. Perusahaan sebaiknya memberikan potongan harga atau bonus pembelian sebagai promosi kepada konsumen. Hal tersebut dilakukan juga agar dapat meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Dan konsumen pun tidak lari menggunakan produk sejenis dari merek perusahaan lain yang menawarkan harga lebih murah.