

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada McDonald, hal ini berarti semakin baik persepsi kualitas McDonald maka semakin besar pula citra merek McDonald.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek pada McDonald, hal ini berarti semakin baik citra merek McDonald maka semakin besar pula kepercayaan merek McDonald.
3. Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada McDonald, hal ini berarti semakin baik persepsi kualitas McDonald maka semakin besar pula loyalitas merek McDonald.
4. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada McDonald, hal ini berarti semakin baik citra merek McDonald maka semakin besar pula loyalitas merek McDonald.
5. Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada McDonald, hal ini berarti semakin baik kepercayaan merek McDonald maka semakin besar pula loyalitas merek McDonald.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Mengenalkan McDonald ke berbagai lapisan masyarakat yaitu pada ite mengenal McDonald. McDonald dirasa perlu mempromosikan dirinya sebagai restoran *fast food* yang baik di Indonesia.
2. Meningkatkan rasa makanan lebih lezat lagi yaitu pada item makanan McDonald adalah makanan yang lezat. McDonald dapat menambah bumbu-bumbu atau level-level pedas agar sesuai dengan lidah orang Indonesia.
3. Persepsi kualitas, citra merek dan kepercayaan merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek oleh karenanya perusahaan perlu meningkatkan indikator terendah pada item percaya dengan harga yang ditetapkan McDonald. McDonald sebaiknya mengevaluasi harga makanannya agar konsumen lebih loyal pada McDonald. Dengan harga yang terjangkau, tingkat loyalitas akan semakin meningkat