

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, mengenai pengaruh gaya hidup, brand image, dan promosi terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. Apabila gaya hidup meningkat atau naik maka loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung akan meningkat.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. Apabila *brand image* meningkat atau naik maka loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung akan meningkat.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung. Apabila promosi meningkat atau naik maka loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung akan meningkat.
4. Gaya hidup, *brand image*, dan promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyarankan beberapa hal antara lain:

1. Bagi Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung

Diharapkan para pelaku usaha bisa lebih meningkatkan dan mengembangkan usahanya dengan selalu memperhatikan gaya hidup konsumen, *brand image*, dan promosi agar usaha yang dijalankan berkembang dan dapat meningkatkan jumlah konsumen serta pendapatan perusahaan.

2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menjadi bahan acuan dalam penelitian yang akan datang selain sebagai jurnal dan buku penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber keilmuan bagi pihak akademik mengenai pengaruh gaya hidup, *brand image*, dan promosi terhadap loyalitas konsumen.

3. Bagi Penelitian Mendatang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan memperkaya variabel-variabel lain seperti variabel harga, *diferensiasi* produk, *brand positioning*, karakteristik konsumen, psikologi konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen agar menjadi lebih beragam. Selain itu peneliti mendatang diharapkan dapat menambah sampel-sampel yang lebih luas selain Kedai Kopi Onderan Kota Tulungagung.