

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian tentang “Pengaruh *Brand Image* Kamera Dslr Canon terhadap *Brand Loyalty* pengguna” survei pada Komunitas *Photographer (The Copher)*.

V.1. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui besaran pengaruh *brand image* kamera dslr canon terhadap *brand loyalty* pengguna survei pada anggota komunitas *the copher*. Hasil dari analisis variabel X yang penulis lakukan hasil pengaruh *brand image* berada pada kategori cukup berpengaruh. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *brand image* kamera Dslr Canon berpengaruh pada komunitas *the copher*.

Hasil dari analisis variabel Y yang penulis lakukan mendapat kesimpulan bahwa variabel *brand loyalty* berada pada kategori sedang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat loyalitas komunitas *the copher* terhadap produk kamera dslr canon berada pada kategori sedang. Apabila dikaitkan dengan materi yang ada tingkat loyalitas komunitas *the copher* berada pada level *satisfied buyer* dimana anggota komunitas merasa cukup puas saat menggunakan produk kamera dslr canon.

Penulis melakukan uji koefisien korelasi yang berguna untuk mencari hubungan antara variabel X dengan variabel Y yang hasilnya menyatakan bahwa adanya pengaruh yang kuat antara *brand image* kamera dslr canon (variabel X) terhadap *brand loyalty* pengguna (variabel Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima, serta hipotesis penelitian ini dapat terbukti bahwa terdapat pengaruh antara *brand image* kamera dslr canon terhadap *brand loyalty* dikalangan komunitas *the copher*.

Pada uji koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel X (*brand image*) berkontribusi sebesar 66,4% terhadap variabel Y (*brand*

loyalty). Sedangkan 33,6% lainnya dipengaruhi oleh factor lain yang berada diluar penelitian. Seperti faktor individu yang berbeda pendapat, faktor pengalaman dalam mencari informasi mengenai produk kamera dslr canon, faktor keputusan pembelian konsumen dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai ataupun faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

V.2 Saran

Sesuai dengan kesimpulan, penulis menyarankan agar Canon dapat mempertahankan dan selalu menumbuhkan *brand image* yang positif di benak konsumen, terutama mengenai kamera digital agar selalu menarik pembeli dan selalu setia dengan produk digital canon. Sebagai salah satu *brand* yang terkenal dan menjadi *brand* yang banyak dipilih nitizen di pasaran, mampu berkembang lagi agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, canon juga harus mempertahankan *brand image* dan produk yang selalu mempunyai ciri yang khas. Hasil yang cukup kuat antara *brand image* kamera dslr canon terhadap *brand loyalty* pengguna harus di pertahankan karena pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan untuk perusahaan.