

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Kecap ABC di Perumahan Pondok Pekayon Indah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek kecap ABC dimata para konsumen yang menjadi sampel penelitian adalah cukup baik. Dimana mereka menganggap bahwa kecap ABC memiliki kualitas dan mutu yang cukup baik dan cocok bagi selera keluarga. Untuk Kepuasan konsumen, dari analisis deskriptif dalam penelitian ini, terlihat bahwa konsumen kecap ABC cukup merasa puas akan kinerja maupun rasa yang dihasilkan oleh kecap ABC. Sedangkan untuk loyalitas pelanggan, terlihat dari hasil deskripsi dalam penelitian ini bahwa konsumen kecap ABC kurang memiliki sifat yang loyal terhadap kecap ABC.
2. Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kecap ABC dimana R Square sebesar 0.278 atau 27.8%. Angka ini menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya 72.9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

3. Dalam penelitian ini juga didapatkan variabel kepuasan konsumen dimana nilai R Square sebesar 0.343 atau 34.3%. Angka ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 34.3%. Sedangkan sisanya 65.7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
4. Di penelitian ini juga mendapatkan bahwa kedua variabel tersebut (citra merek dan kepuasan konsumen) dengan nilai R Square sebesar 0.418 atau 41.8%. Angka ini menunjukkan bahwa 41.8% variasi nilai dari variabel loyalitas pelanggan (Y) dijelaskan oleh variabel citra merek (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2). Sedangkan sisanya 58.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dari analisis regresi di atas, didapat bahwa koefisien dari kedua variabel citra merek dan kepuasan konsumen bernilai positif, artinya terjadi pengaruh positif antara citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

1. Saran – saran untuk penelitian lanjutan:
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan *item* pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang valid dan *reliable*. Dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti iklan, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Hendaknya menambahkan referensi-referensi terbaru serta menambahkan *review* penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggungjawabkan.
 - c. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti iklan dan kualitas produk agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Saran – saran yang ditujukan untuk PT. H.J Heinz :
- a. Tetap mempertahankan strategi persaingan citra merek, agar tetap mendapatkan citra yang baik dan positif di mata masyarakat.
 - b. Kepuasan konsumen kecap ABC harus semakin lebih ditingkatkan lagi agar tidak menurun loyalitas pelanggannya. Dengan meningkatkan mutu bahannya dan gizi yang terkandung. Selain itu perusahaan melakukan suatu riset kepada konsumennya untuk menjangkau harapan – harapan yang belum terpenuhi.
3. Saran Operasional :
- a. Perusahaan harus memperbaiki kinerja produknya seperti memperhatikan kekentalan kecap dan bentuk kemasannya.
 - b. Perusahaan lebih banyak memberikan kandungan-kandungan vitamin dalam kecap. Selain itu pengembangan inovasi juga dapat membantu untuk meraih lebih banyak konsumen.
 - c. Perusahaan sebaiknya lebih memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan konsumennya, misalnya dengan cara melakukan riset terlebih

dahulu untuk mengetahui harapan dan kebutuhan konsumennya, apakah rasa yang lebih disukai dari kecap, apakah sedikit asin atau yang sangat manis.

- d. Perusahaan lebih menyajikan keunggulan dari produknya selain itu memberikan inovasi baru yang disertai dengan memberikan promosi agar menarik perhatian konsumennya.