

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara inovasi produk dengan loyalitas merek pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Perusahaan yang sering menghasilkan inovasi-inovasi baru pada produknya maka loyalitas konsumen pada merek tersebut akan semakin tinggi, sebaliknya jika inovasi produk yang diberikan rendah/jarang maka akan mengakibatkan menurunnya loyalitas konsumen pada merek tersebut.

Sikap positif terhadap merek dan kepuasan akan merek mendapat presentase yang besar dalam loyalitas merek, yaitu sebesar 25%, komitmen akan merek 24%, sedangkan perilaku aktual dan kedekatan akan merek hanya 13%. Dalam variabel inovasi produk minat merupakan indikator yang paling besar yaitu 21%, kesadaran, evaluasi dan percobaan 20% sedangkan, penerimaan hanya 19%.

Loyalitas merek pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta ditentukan oleh inovasi produk sebesar 33,89% dan sisanya sebesar 66,11% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan harga.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara inovasi produk dengan loyalitas merek pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas merek

Implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Dalam mempertahankan para pelanggannya, perusahaan harus memberikan kepuasan dan terus meningkatkan kualitas produknya dengan memberikan inovasi-inovasi baru sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.
2. Dengan memberikan inovasi-inovasi pada produknya akan membuat para konsumen tertarik untuk mencoba dan akhirnya tertarik dan terus menggunakan produk-produk dari perusahaan. Hal ini akan meningkatkan pendapat perusahaan
3. Inovasi-inovasi baru dapat membuat perusahaan tetap mendapat perhatian dari para pelanggannya agar tidak beralih ke merek lain. Bahkan membuat para konsumen tertarik untuk menggunakan produk dari perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan loyalitas merek adalah:

1. Perusahaan harus pandai dalam memberikan informasi dan mendekatkan merek kepada para konsumen agar menyadari bahwa ada inovasi baru pada produk yang dikeluarkan perusahaan.
2. Perusahaan harus meyakinkan para konsumen untuk mencoba inovasi yang telah mereka ciptakan sebelum akhirnya menerima dan menggunakan merek tersebut secara terusa menerus.
3. Inovasi produk yang diciptakan oleh perusahaan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas para konsumen akan merek agar tetap memiliki komitmen dengan perusahaan.
4. Perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas para pelanggannya dengan memberikan kepuasan dan menciptakan inovasi-inovasi baru pada produknya.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat membuat penelitian yang lebih baik lagi.