

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil serangkaian penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai loyalitas terhadap merek kopi Nescafe pada studi masyarakat Mekarsari Depok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Citra merek memberikan kontribusi terhadap loyalitas merek. Dengan kontribusi terbesar diperoleh dari merekomendasikan pada kerabat. Hal ini menunjukkan semakin banyak konsumen merekomendasikan produk kopi Nescafe kepada kerabatnya maka citra kopi Nescafe akan semakin terkenal dan melekat pada masyarakat.
- b. Kepercayaan merek memberikan kontribusi terhadap loyalitas merek. Dengan kontribusi terbesar diperoleh dari memiliki segel kemasan yang aman. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat keamanan segel kemasan produk kopi Nescafe maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen pada merek kopi Nescafe.
- c. Kepuasan pelanggan memberikan kontribusi terhadap loyalitas merek. Dengan kontribusi terbesar diperoleh dari rasa sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kesesuaian rasa yang ditawarkan oleh Nescafe, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen pada merek kopi Nescafe.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- a. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan warga RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk mengukur loyalitas merek pada produk Kopi Nescafe di daerah manapun.

- b. Keterbatasan waktu dalam mencari sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian menjadi menyulitkan, karena penelitian ini membutuhkan 75 responden sesuai dengan perhitungan.
- c. Penelitian ini hanya mengukur loyalitas merek dengan menggunakan variabel citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan. Keterbatasan penggunaan variabel pengukuran ini memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi loyalitas merek.

5.3 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, maka adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan terkait dan bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti menyarankan kepada perusahaan Perusahaan Nestle agar memberikan slogan dan logo produk yang menjadi ciri khas kopi Nescafe agar citra dari Nescafe terus melekat pada benak pelanggan, dapat juga dengan meningkatkan frekuensi iklan kopi Nescafe kembali khususnya di berbagai media elektornik, seperti televisi agar masyarakat terus mengingat kopi Nescafe, Perusahaan Nestle juga perlu mempertahankan ciri khas rasa kopi Nescafe dan menambah varian kemasan botol agar tidak tumpah apabila hendak dibawa bepergian.
- b. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitiannya terkait dengan loyalitas merek dengan menambah atau menggunakan variabel bebas lainnya yang berbeda dari penelitian ini seperti variabel kualitas produk, harga, promosi, dan sebagainya.