

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis serta pembahasan yang sudah dilaksanakan, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya variabel citra merek berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi. Hasil tersebut menandakan bahwasanya pandangan positif pelanggan terhadap merek Bejo Jahe Merah mampu memicu terciptakan loyalitas dalam jangka panjang. Kepercayaan konsumen terhadap merek, kemudahan mengenali produk, serta pengetahuan konsumen mengenai manfaat produk menjadi faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Ketika konsumen memiliki keyakinan bahwasanya sebuah merek dapat bermanfaat sejalan dengan harapan, maka kecenderungan untuk melaksanakan pembelian ulang serta senantiasa memilih produk tersebut dapat semakin besar. Sehingga, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya penguatan citra merek berperan sebagai satu dari beberapa strategi krusial bagi perusahaan dalam menaikkan loyalitas konsumen serta memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar minuman herbal.

Selanjutnya, kualitas produk juga terbukti berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya loyalitas konsumen bukan sekadar memberikan pengaruh terhadap persepsi terhadap merek, namun juga oleh pengalaman nyata yang dirasakan saat mengonsumsi produk. Kinerja produk yang mampu memberikan manfaat sesuai kebutuhan, rasa yang dapat diterima konsumen, keandalan kualitas yang konsisten, serta kemasan yang mendukung kenyamanan penggunaan berperan sebagai faktor yang memicu pelanggan agar tetap menggunakan produk yang sama. Baiknya kualitas yang konsumen rasakan berbanding lurus dengan besarnya kemungkinan pelanggan guna melaksanakan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Sehingga, kualitas produk dapat berperan sebagai faktor fundamental yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan guna menjaga loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

Selain itu, kesadaran halal terbukti berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwasanya pelanggan bukan sekadar memberikan pertimbangan terhadap manfaat produk dari aspek fungsional, namun turut memperhatikan kesesuaian produk dengan nilai dan keyakinan yang mereka anut. Pemahaman konsumen mengenai konsep halal, kepatuhan terhadap ajaran agama dalam memilih produk, serta keyakinan terhadap kebersihan dan keamanan produk menjadi faktor yang memperkuat loyalitas konsumen. Tingginya kesadaran halal membuat konsumen lebih percaya dan merasa nyaman dalam mengonsumsi produk secara berkelanjutan. Sehingga, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya aspek halal bukan sekadar menjadi pemenuhan kewajiban syariah, namun turut menjadi nilai tambah yang mampu mempertegas keterkaitan antara konsumen serta produk sehingga memicu terciptanya loyalitas yang lebih kuat.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diselenggarakan dengan mengikuti prosedur ilmiah yang berlaku, tetapi masih mempunyai beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian ini sekadar memakai tiga variabel bebas, yakni citra merek, kualitas produk, maupun kesadaran halal, sehingga belum mencakup faktor lainnya yang memiliki potensi memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen, misalnya harga, promosi, kepuasan konsumen, serta kepercayaan merek, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R-Square bernilai 0,683 yang maknanya masih terdapat 31,7% variasi loyalitas konsumen yang dijabarkan oleh faktor di luar model penelitian ini. Selain itu, penelitian ini terbatas pada konsumen produk Bejo Jahe Merah yang berdomisili di Kota Bekasi dan beragama Islam, oleh karenanya temuan penelitian belum tentu mampu digeneralisasikan pada konsumen di wilayah lainmua atau pada konsumen dengan latar belakang agama yang berbeda. Jumlah sampel penelitian ini juga relatif terbatas, yakni berjumlah 100 Responden, oleh karenanya temuan penelitian masih tidak tentu mampu mencerminkan keseluruhan populasi konsumen Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi secara menyeluruh. Di samping itu, pengumpulan data dilakukan dengan perantara kuesioner yang bersifat *self-report*, oleh karenanya

jawaban Responden berpotensi dipengaruhi oleh pandangan subjektif serta keadaan pada ketika pengisian kuesioner, bukan semata-mata mencerminkan perilaku aktual konsumen.

5.3 Saran

Berlandaskan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang sudah diuraikan, berikut disampaikan sejumlah saran yang membawa harapan agar mampu menyumbangkan manfaat bagi pihak-pihak terkait:

a) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan agar melakukan pengembangan penelitian dengan memperbanyak variabel lainnya yang tidak ada dalam model penelitian ini, misalnya harga, promosi, kepuasan konsumen, atau kepercayaan merek, mengingat masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Di sisi lain, penelitian berikutnya mampu memperlebar cakupan wilayah dan jumlah sampel agar hasil penelitian semakin representatif serta mampu digeneralisasikan dengan semakin luas. Penggunaan variabel mediasi atau moderasi, seperti kepuasan konsumen dan kepercayaan merek, turut mampu dipertimbangkan guna memberikan pemahaman yang semakin mendetail tentang proses terbentuknya loyalitas pelanggan. Di sisi lain, penggunaan metode campuran (mixed method) melalui penambahan wawancara mendalam mampu dilaksanakan guna mendapatkan pemahaman yang semakin komprehensif tentang perilaku loyalitas pelanggan

b) Bagi Praktisi

PT Bintang Toedjoe disarankan untuk memprioritaskan penguatan citra merek Bejo Jahe Merah karena menjadi variabel yang memiliki dampak sangat dominan terhadap loyalitas pelanggan. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi pemasaran yang konsisten, pemanfaatan testimoni konsumen, serta peningkatan kedekatan merek dengan masyarakat guna memperkuat kepercayaan terhadap merek. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan persepsi konsumen mengenai manfaat produk melalui edukasi

terkait kandungan dan manfaat jahe merah yang didukung informasi yang kredibel. Perusahaan juga perlu terus mempertahankan serta mengomunikasikan status sertifikasi halal produk secara aktif melalui berbagai media untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai pentingnya aspek halal. Di samping itu, kualitas dan konsistensi produk perlu terus dijaga pada setiap proses produksi agar keunggulan yang telah dimiliki Bejo Jahe Merah tetap terpelihara dan mampu mendukung peningkatan loyalitas konsumen secara berkelanjutan