

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel independent (kualitas produk dan *experiential marketing*) terhadap variabel dependen (*brand image*) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk dapat memberikan kontribusi terhadap brand image 45 Graha coffee shop, yang artinya semakin baik kualitas produk minuman kopi yang disajikan pada konsumen maka semakin meningkat brand image terhadap produk tersebut.
2. Experiential Marketing dapat memberikan kontribusi terhadap brand image 45 Graha coffee shop yang artinya semakin besar experiential marketing yang diberikan kepada konsumen atas pola konsumsi suatu produk maka semakin meningkat brand image terhadap produk tersebut.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai pengambilan keputusan antara lain :

1. Kualitas produk melalui penambahan bahan tambahan pada minuman kopi sangatlah digemari, menambahkannya pada katalog menu dapat mempermudah konsumen dalam menentukan topping yang akan dipilih

sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen yang nantinya memberikan kesan positif terhadap suatu produk.

2. *Brand Image 45 Graha coffee shop* yang mudah dikenali oleh konsumen merupakan sesuatu yang penting bagi suatu produk. *45 Graha coffee shop* harus mampu mempertahankannya, melalui penciptaan minuman dan makanan yang *inovatif* serta mengikuti jaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menjaga kualitas produk yang dimilikinya, sehingga *brand image 45 Graha coffee shop* akan tetap melekat dibenak konsumen.