

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek, desain kemasan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk minuman bersoda Sprite (Studi pada Konsumen di Kota Surabaya), maka kesimpulan yang dapat ditarik yaitu sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Desain Kemasan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
5. Desain Kemasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
6. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
7. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
8. Citra Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
9. Desain Kemasan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
10. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

PT Coca-Cola Indonesia perlu memperhatikan citra merek pada produknya khususnya produk Sprite yang menjadi objek pada penelitian ini. Perusahaan diharapkan untuk mengembangkan lagi merek pada produknya sehingga memberikan kesan yang positif di benak pelanggan dan akan membuat pelanggan merasa puas serta kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu citra merek yang baik dan positif dapat mempertahankan pelanggan yang sudah lama mengkonsumsi produk Sprite dan dapat menarik pelanggan baru. Selain itu desain kemasan Sprite diharapkan untuk dipertahankan atau bahkan ditingkatkan, perusahaan harus selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman yaitu dengan membuat desain kemasan produk yang menarik, mempertahankan kualitas rasa yang enak atau bisa juga menghadirkan rasa-rasa baru yang dapat membuat pelanggan tertarik dan merasa puas dalam membeli produk Sprite yang kemudian diharapkan dapat menimbulkan pembelian secara berulang-ulang.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti yang selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif lagi dalam mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan tidak hanya sebatas citra merek, desain kemasan, dan harga.