

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya.
2. Citra Merek (X1) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), namun secara parsial Citra Merek (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
3. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), namun secara parsial Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
4. Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dan secara parsial Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan analisis terhadap data dan hasil yang diperoleh selama proses penelitian, serta kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut ini disampaikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang relevan dalam konteks penelitian ini:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat berfokus pada aspek peningkatan kepuasan pelanggan, mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap loyalitas. Meskipun citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, perusahaan juga diharapkan terus membangun dan memperkuat citra merek melalui kampanye pemasaran yang kreatif dan terarah dengan menggunakan media sosial, influencer, dan iklan untuk memperkuat kesan positif pada merek Teh Pucuk Harum. Dalam hal peningkatan kualitas produk, perusahaan dapat melakukan inovasi dan penyempurnaan produk secara berkelanjutan, dengan membuat inovasi rasa baru yang sesuai preferensi konsumen, serta mengevaluasi dan meningkatkan desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik visual dan kepraktisan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan variabel-variabel baru yang potensial, antara lain variabel harga, promosi, ketersediaan, inovasi produk yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk Teh Pucuk Harum.