

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan pengujian melalui analisa PLS guna mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador*, *Customer Satisfaction* dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Luwak White Koffie di Surabaya, bisa disimpulkan yakni:

1. *Brand Ambassador* mampu meningkatkan *Customer Loyalty* pada Luwak White Koffie di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya manfaat *Brand Ambassador* yang dirasakan oleh konsumen akan memiliki pengaruh terhadap tingkat *Customer Loyalty*.
2. *Customer Satisfaction* mampu meningkatkan *Customer Loyalty* pada Luwak White Koffie di Surabaya. Ditunjukkan tinggi rendahnya *Customer Satisfaction* yang dirasakan oleh konsumen akan berpengaruh terhadap tingkat *Customer Loyalty*.
3. *Brand Trust* mampu meningkatkan *Customer Loyalty* pada Luwak White Koffie di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *Brand Trust* yang dirasakan oleh konsumen akan berpengaruh terhadap tingkat *Customer Loyalty*.

5.2 Saran

Hasilnya memberikan saran yang bisa dijadikan pertimbangan bahan untuk mengambil keputusan masa mendatang. Sarannya meliputi:

1. Kualitas dan variasi rasa produk Luwak White Koffie dapat lebih ditingkatkan lagi, karena melihat banyaknya kompetitor yang mengeluarkan produk serupa. Sehingga *customer* bisa selalu mempertahankan loyalitasnya terhadap produk Luwak White Koffie (*Customer Loyalty*)
2. Diharapkan produk Luwak White Koffie tetap konsisten pada harga penjualan saat ini. Karena customer berpendapat bahwa kualitas yang diberikan oleh produk Luwak White Koffie sudah sesuai dengan harga jualnya.
3. Peneliti seterusnya bisa melaksanakan penelitian dengan melalui variabel independen lainnya meliputi *Brand Image* serta Promosi dengan diduga dapat mempengaruhi variabel Customer Loyalty.