

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Kopi Good Day di Surabaya. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner kepada responden berusia 17–48 tahun yang sering mengonsumsi Kopi Good Day, data dianalisis menggunakan SmartPLS 4.1.1.8.

Hasil analisis menunjukkan temuan-temuan yang relevan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Good Day di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek yang dimiliki Kopi Good Day, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Citra merek yang positif mampu membentuk persepsi yang baik di benak konsumen sehingga harapan mereka terhadap produk dapat terpenuhi.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Good Day di Surabaya. Artinya, citra merek yang kuat mampu mendorong konsumen untuk tetap memilih, setia, dan merekomendasikan Kopi Good Day dibandingkan merek kopi instan lainnya.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Good Day di Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa

kualitas produk yang dirasakan baik, seperti rasa, dan konsistensi mampu memenuhi harapan konsumen dan menimbulkan kepuasan pelanggan.

4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Good Day di Surabaya. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin besar kecenderungan pelanggan untuk tetap loyal terhadap Kopi Good Day.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Good Day di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas akan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan pembelian ulang, tetap setia, serta merekomendasikan produk kepada orang lain.
6. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Artinya, citra merek yang baik tidak hanya mampu meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung, tetapi juga dapat memperkuat loyalitas melalui terciptanya kepuasan pelanggan.
7. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Hal ini berarti kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut selanjutnya memperkuat loyalitas pelanggan terhadap Kopi Good Day di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil serta kesimpulan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Kopi Good Day di Surabaya untuk terus memperkuat citra merek, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Good Day sebaiknya terus menghadirkan citra merek yang positif, menarik, dan sesuai dengan gaya hidup konsumen muda, serta mempertahankan konsistensi kualitas produk dari segi rasa, aroma, kemasan, dan variasi produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan juga perlu memperluas ketersediaan produk di berbagai tempat penjualan agar konsumen lebih mudah memperoleh produk Good Day. Hal ini bertujuan agar pelanggan memiliki persepsi yang baik, merasa puas, dan tetap loyal terhadap produk Kopi Good Day di Surabaya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam mengembangkan penelitian lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan secara lebih mendalam. Sehingga, penelitian dengan topik yang sama dapat menjadi lebih komprehensif dan mendalam, misalnya dengan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, gaya hidup, kepercayaan merek, atau keputusan pembelian, serta memperluas lokasi penelitian agar hasil yang diperoleh lebih luas dan beragam.