

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Mengacu pada hasil analisis data serta pengujian hipotesis menggunakan aplikasi SEM AMOS dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin positif citra merek Kopi Janji Jiwa Kuningan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi merek untuk memperhatikan dan meningkatkan citra merek mereka guna mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kesadaran pelanggan terhadap merek, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas atau loyal terhadap merek tersebut. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang meningkatkan kesadaran merek dapat membantu dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih besar.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi yang baik atau reputasi yang baik terhadap sebuah merek dapat menyebabkan pelanggan untuk tetap setia terhadap merek tersebut. Ketika pelanggan memiliki pandangan positif terhadap merek, mereka cenderung lebih termotivasi untuk memilih produk atau layanan dari merek tersebut secara berulang, bahkan dalam menghadapi persaingan dari merek lain yang serupa.
4. Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Tingkat kesadaran atau pemahaman pelanggan terhadap merek tersebut secara positif memengaruhi kecenderungan mereka untuk tetap setia atau loyal terhadap merek tersebut. Semakin tinggi tingkat kesadaran merek di kalangan pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka akan memilih produk atau layanan dari merek tersebut daripada merek lain saat membuat keputusan.

pembelian. Hal ini juga dapat membantu dalam mempertahankan pelanggan dari serangan pesaing atau pemilihan merek yang berbeda.

5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas cenderung lebih setia, memperpanjang hubungan dengan merek, dan bahkan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Kepuasan pelanggan bukan hanya menciptakan pelanggan yang kembali, tetapi juga mempromosikan pertumbuhan merek melalui *word-of-mouth* positif.
6. Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Persepsi positif terhadap merek dapat membentuk atau memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan memiliki pandangan positif terhadap merek, seperti reputasi yang baik, kualitas yang konsisten, atau nilai yang dihidirkannya, mereka cenderung lebih puas dengan pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan tersebut.
7. Kesadaran merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kesadaran merek yang tinggi berperan sebagai fondasi yang memungkinkan pengalaman positif dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya membantu dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut ini :

1. Penelitian ini dapat mengonfirmasi bahwa citra merek yang baik dan tingkat kesadaran merek yang tinggi berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop Janji Jiwa Kuningan. Temuan ini menunjukkan pentingnya manajemen merek yang efektif dalam mempengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan.

2. Hasil penelitian menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting sebagai variabel intervening dalam hubungan antara citra merek, kesadaran merek, dan loyalitas pelanggan. Ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen coffee shop perlu memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan produk, layanan, dan pengalaman yang mereka dapatkan.
3. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis kepada manajemen Coffee Shop Janji Jiwa Kuningan untuk fokus pada memperkuat citra merek dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pelanggan mereka. Dengan meningkatkan kesadaran dan citra merek yang positif, dapat diharapkan bahwa kepuasan pelanggan juga akan meningkat, yang kemudian akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.
4. Temuan ini juga dapat membantu manajemen coffee shop dalam pengelolaan sumber daya dan perencanaan strategi pemasaran mereka. Mereka dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk memperkuat citra merek melalui upaya branding yang tepat sasaran dan meningkatkan kesadaran merek melalui kampanye pemasaran yang efektif.
5. Saran penting berikutnya adalah untuk coffee shop untuk melakukan evaluasi terus-menerus terhadap citra merek, kesadaran merek, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dengan memantau dan mengevaluasi kembali hubungan antara variabel-variabel ini, mereka dapat mengidentifikasi perubahan tren dan membuat penyesuaian strategis yang diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan kinerja bisnis mereka.
6. Bagi penelitian selanjutnya dapat melibatkan konsumen selain Wanita dan bisa mengembangkan model penelitian ini dengan menambah atau mengganti dengan variabel yang berbeda dan objek yang berbeda agar memperoleh data yang variatif dan dapat dibandingkan satu dengan yang lain.