

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 25 mengenai pengaruh lingkungan kerja dan disiplin kerja terhadap kepuasan kerja, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek kopi bubuk instan Nescafe maka akan semakin tinggi kepercayaan merek masyarakat di Kabupaten Kuningan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk kopi bubuk instan Nescafe maka akan semakin tinggi kepercayaan merek masyarakat di Kabupaten Kuningan.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek kopi bubuk instan Nescafe maka akan semakin tinggi keputusan pembelian masyarakat di Kabupaten Kuningan.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk kopi bubuk instan Nescafe maka akan semakin tinggi keputusan pembelian masyarakat di Kabupaten Kuningan.
5. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan merek kopi bubuk instan Nescafe maka akan semakin tinggi keputusan pembelian masyarakat di Kabupaten Kuningan.
6. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek signifikan sebagai variabel intervening. Sehingga citra merek kopi bubuk instan Nescafe

terhadap keputusan pembelian masyarakat di Kabupaten Kuningan melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening dapat diterima.

7. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek signifikan sebagai variabel intervening. Sehingga kualitas produk kopi bubuk instan Nescafe terhadap keputusan pembelian masyarakat di Kabupaten Kuningan melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening dapat diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diambil oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi produsen kopi bubuk instan Nescafe yaitu PT. Nestle Indonesia dalam meningkatkan keputusan pembelian masyarakat melalui citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan merek, yaitu penelitian ini dapat menjadi rekomendasi untuk perusahaan untuk terus berupaya mempertahankan maupun meningkatkan citra merek dalam hal reputasi produk dengan cara menciptakan karakter Nescafe sendiri agar memiliki ciri khas yang berbeda dari produk kompetitor lain. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk Nescafe dengan cara terus berinovasi baik dari segi varian rasa maupun kemasan produk yang menarik agar konsumen tertarik sehingga keputusan pembelian akan meningkat. Dalam hal kepercayaan merek, perusahaan dapat melakukan promosi dari mulut ke mulut, membuka *stand* produk di beberapa toko swalayan untuk memberikan *tester* kepada konsumen, selain itu pada zaman teknologi yang pesat ini perusahaan dapat melakukan promosi melalui media sosial dengan memanfaatkan para *influencer* agar citra merek kopi Nescafe terus meningkat sehingga keputusan pembelian pun akan meningkat.