

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Minuman Chatime (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara) dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan Citra Merek (X1), Kepercayaan merek (X2) dan Kualitas Produk mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) pada produk minuman chatime.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Meningkatkan dan mempertahankan loyalitas dengan cara memberi manfaat lebih baik agar chatime tetap mendapat rasa hormat pada setiap diri pelanggannya.
2. Selalu menyediakan layanan baru seperti peningkatan kecepatan dalam penyajian produk agar pelanggan tidak merasa bosan
3. Melakukan peningkatan kualitas produk agar dapat menjadi standard terbaik bagi para kompetitor dan juga pelanggan.
4. Memberitahukan kepada konsumen bahwa menu di chatime dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen dan tidak terpaku pada menu saja, karena hal tersebut tidak semua diketahui secara luas oleh konsumen Chatime.

5.3 Saran-Saran

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya Berkaitan dengan adanya keterbatasan penelitian, maka penulis mengajukansaran bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran yang diajukan antara lain:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang terbukti saling mempengaruhi satu sama lain, namun variabel lainnya di

luar penelitian ini sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih variatif serta memperkaya teori yang ada.

2. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang menunjukkan bahwa Variabel Kepercayaan Merek yang paling berpengaruh terhadap terhadap loyalitas pelanggan chatime, maka disarankan agar perusahaan terus mempertahankan kepercayaan mereknya di dalam benak konsumen dan terus mengembangkan produk-produknya sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembandingan terhadap penelitian serupa dikemudian hari.

