

BAB V

KESIMPULAN DAN LANDASAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek dimediasi oleh kepercayaan merek pada kopi instan Good Day. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek produk kopi instan Good Day. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan positif terhadap keterlibatan pelanggan, dengan nilai indeks yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kopi instan Good Day memiliki tingkat keterlibatan yang baik, yang berarti perusahaan mampu berinteraksi secara terbuka dan responsif terhadap konsumen. Selain itu, keterlibatan pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas merek kopi instan Good Day.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek produk kopi instan Good Day. Konsumen merasa puas dengan banyak varian rasa yang ditawarkan, dan hal ini menjadi salah satu faktor penting yang meningkatkan kepercayaan loyalitas merek. Konsumen menyatakan bahwa mereka puas dengan banyaknya pilihan rasa, tidak merasa bosan, dengan senang hati merekomendasikan produk, dan menemukan pengalaman yang menyenangkan dalam memilih varian rasa. Semakin baik kepuasan yang

3. diberikan oleh produk, semakin meningkatnya loyalitas merek pada kopi instan Good Day.
4. Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek produk kopi instan Good Day. Produk kopi instan Good Day memiliki *event* yang menarik dan diikuti oleh banyak konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan pelanggan, maka semakin tinggi juga kepercayaan merek produk kopi instan Good Day.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek produk kopi instan Good Day. Konsumen merasa puas dengan banyaknya pilihan rasa yang ditawarkan , dan variasi ini membantu menghindari rasa bosan, konsumen dengan senang hati merekomendasikan produk, dan memberikan pengalaman menyenangkan, serta tidak membuat konsumen merasa bosan. konsumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi juga kepercayaan merek kopi instan Good Day.
6. Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek produk kopi instan Good Day. Adanya beragam rasa yang disediakan, dan keyakinan konsumen terhadap manfaat produk kopi instan Good Day berperan penting dalam membangun kepercayaan terhadap loyalitas merek. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepercayaan merek di benak konsumen, maka semakin tinggi juga loyalitas merek produk kopi instan Good Day.
7. Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek produk kopi instan Good Day. Bahwa konsumen merasa

kopi instan Good Day sangat andal dan menjadi pilihan mereka dalam keseharian, baik saat bekerja maupun menghabiskan waktu bersama teman-teman. Hal ini menunjukkan semakin tinggi keterlibatan pelanggan yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas merek dan semakin tinggi juga kepercayaan merek produk kopi instan Good Day.

8. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek kopi instan Good Day. Dengan kopi instan Good Day dengan menawarkan banyak varian rasa dan menciptakan tingkat kepuasan tingkat kepuasan yang baik pada konsumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi juga loyalitas merek dan semakin tinggi juga kepercayaan merek produk kopi instan Good Day.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi produsen kopi instan Good Day
 - a. Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif, untuk lebih meningkatkan loyalitas merek kopi instan Good Day diperlukan keterlibatan pelanggan yang baik. Maka dari itu, produk kopi instan Good Day harus berusaha mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan, sehingga dapat memberikan rasa loyal ketika konsumen membeli produk kopi instan Good Day. Serta lebih meningkatkan serta mengevaluasi tingkat keterlibatan pelanggan, agar lebih baik lagi. Mendorong konsumen agar

lebih memiliki keterikatan yang lebih antara produk dengan konsumen. Meningkatkan keterlibatan pelanggan penting bagi kesuksesan bisnis karena keterlibatan pelanggan yang tinggi cenderung meningkatkan loyalitas merek, mengurangi tingkat *churn* (kehilangan pelanggan), dan meningkatkan peluang referensi dan rekomendasi.

- b. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif, maka dalam hal ini produk kopi instan Good Day harus mempertahankan dan meningkatkan rasa kepuasan konsumen, serta terus berusaha meningkatkan pengalaman konsumen agar dapat mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang tinggi dapat membantu perusahaan membangun basis pelanggan setia dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang produk kopi instan Good Day.
- c. Kepercayaan merek berpengaruh positif, selain adanya faktor keterlibatan pelanggan dan kepuasan yang dapat mempengaruhi loyalitas merek, produk kopi instan Good Day dapat menciptakan rasa kepercayaan merek kepada konsumen karena kepercayaan tidak berbentuk instan, tetapi memerlukan waktu, konsistensi, dan dedikasi dalam memberikan nilai dan pengalaman positif kepada konsumen. Memenangkan kepercayaan merek adalah langkah penting dalam membangun basis pelanggan setia dan mengukuhkan posisi kopi instan Good Day di pasar.

2. Penelitian Mendatang

Dilihat dari *R square*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 43,5% variabel loyalitas merek disebabkan oleh variabel keterlibatan pelanggan dan kepuasan, 56,5% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Bagi peneliti yang tertarik melanjutkan penelitian ini maka dapat melakukan penelitian dengan memperluas orientasi kancah penelitian dalam pada bidang lain dengan karakteristik subjek yang berbeda sehingga dapat mengungkapkan banyak wacana baru dengan daya generalisasi yang lebih jauh lebih luas.