

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji dan menganalisa mengenai pengaruh variabel kesadaran merek, citra merek, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan dan kualitas yang dirasa terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya. dari hasil analisis yang telah diperoleh maka dapat diketahui bahwa kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Variabel Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.
2. Variabel Citra merek mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.
3. Variabel Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.
4. Variabel Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.
5. Variabel Kualitas yang Dirasa mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.
6. Variabel Kesadaran Merek, Citra merek, Kepercayaan merek, Kepuasan pelanggan dan Kualitas yang Dirasa secara simultan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai beberapa keterbatasan dan kekurangan dalam melakukan penelitian ini, antara lain :

1. Peneliti hanya meneliti pada area surabaya saja.
2. Ada beberapa responden yang kurang serius dalam mengisi kuisioner yang diberikan, hal tersebut disebabkan karena situasi tempat dan ketidakpahaman responden mengenai kuisionernya.
3. Ada beberapa responden yang tidak berkenan untuk mengisi sebagian dari data diri seperti nomor telepon. Sehingga mengurangi data yang didapatkan oleh peneliti.
4. Variabel bebas (kesadaran merek, citra merek, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan dan kualitas yang dirasa) tidak berhubungan satu sama lain.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang ada dalam penelitian ini dapat dikembangkan menjadi beberapa saran dan masukan yang bisa diberikan bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat di berikan diantaranya :

1. Saran bagi Perusahaan Floridina Orange
  - a. Berdasarkan dari hasil kuisioner variabel Citra merek didapatkan indikator yang mempunyai respon paling rendah adalah indikator mengenai produk unggulan minuman Floridina Orange. Sehingga

dengan ini peneliti memberikan saran kepada pihak perusahaan agar mampu menciptakan produk unggulan baru yang baik agar mampu menjadi pilihan alternatif oleh konsumen.

- b. Berdasarkan dari hasil kuisioner variabel kepuasan pelanggan didapatkan indikator yang paling rendah adalah kepuasan dengan pembelian minuman Floridina Orange. Dari sini peneliti memberikan saran pada pihak Floridina Orange untuk meninjau lebih dalam alasan mengapa beberapa konsumen merasa kurang puas dalam pembelian minuman Floridina Orange.
  - c. Berdasarkan dari hasil kuisioner variabel loyalitas merek didapatkan indikator yang paling rendah adalah minuman Floridina Orange merupakan pilihan utama dalam pembelian. Dari hasil ini menunjukkan bahwa minuman Floridina Orange masih mempunyai pesaing-pesaing yang mampu mengganggu loyalitas konsumennya. sehingga peneliti menyarankan kepada pihak Floridina Orange untuk lebih memberikan inovasi produk sehingga tidak sampai kalah bersaing dengan kompetitornya.
2. Peneliti selanjutnya
- a. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah bahasan variabel-variabel lain seperti niat beli, harga, promosi yang mampu mempengaruhi loyalitas merek sehingga lebih variatif.
  - b. Memperbanyak pernyataan kuisioner dan instrumen data sehingga mampu mendapatkan hasil yang rinci dan spesifik.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan sesuai dengan realita yang dialami, peneliti harus lebih memperhatikan kondisi dan keseriusan responden dalam menjawab kuisisioner.



## DAFTAR RUJUKAN

- Burhan Bungis, 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana.
- Detha Misgi Pratiwi, David P.E Saerang, Ferdinand Tumewu 2015. "The Influence Of Brand Image, Brand Trust and Costumer Satisfaction on Brand Loyalty (Case of SAMSUNG Smartphone)". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol.15. No 5. 377-385
- Dulkhatif, Andi Tri Haryono, Moh Mukeri Warso. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulia Tama Semarang". *Journal Of Management*, Volume 2 No 2.
- Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mohammad Reza Jalilvand, Neda Samiei, Sayed Hassamaldin Mahdavinia. 2011. "The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention". *International Business and Management Vol.2, No.2. Pp. 149-158*.
- Morissan, 2014. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. Penerbit : Kencana Prenada Media Grup.
- Nandya Ayu Putri, Zainul Arifin, Wilopo. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 32 No.1. Maret. 128-134*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Sutrisno Hadi. 2015. *Statistik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapin dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta. Penerbit : Prenada Media Grup.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Top Brand Index. Penjualan Minuman Saribuah Dalam Kemasan di Indonesia Periode 2016-2017. <http://www.topbrand-award.com>
- Zhang Jing, Chatchai Pitsaphol, Rizwan Shabbir., 2014. "The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty: A Case Study of OPPO Brand In Thailand". *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. Vol.5. No 12. 10-21.

Zohaib Ahmed, Mukhtar Ahmad, Misbahul Haq. 2014. "Effect of Brand Trust and Costumer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur". *Journal of Sociological Research*. ISSN 1948-5468, Vol.5 No 1. 306-326.

