

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (H1 diterima). Hal tersebut berarti bahwa persepsi konsumen yang positif terhadap *brand image* dari *Excelso Cafe* mampu meningkatkan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*).
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (H2 diterima). Hal ini berarti bahwa persepsi konsumen yang positif terhadap *brand image* dari *Excelso Cafe* mampu meningkatkan loyalitas konsumen (*customer loyalty*).
3. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (H3 diterima). Hal ini berarti bahwa konsumen yang puas dengan produk dari *Excelso Cafe* mampu meningkatkan loyalitas konsumen (*customer loyalty*).
4. *Brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, melalui *customer satisfaction* (H4 diterima). Hal ini berarti bahwa *brand image* dari *Excelso Cafe* mampu meningkatkan loyalitas konsumen (*customer loyalty*) melalui adanya kepuasan konsumen (*customer satisfaction*).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan variabel *brand image* sebagai faktor dalam mempengaruhi *customer satisfaction* dan

customer loyalty. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan seperti *brand association*, *brand awareness*, *brand loyalty* dan *perceived quality*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian peneliti dapat memberikan saran praktis sebagai berikut:

1. *Excelso Cafe* sebaiknya lebih meningkatkan dan memperkuat citranya dengan meningkatkan *service quality* dari *Excelso Cafe* mengingat bahwa *service quality* menjadi hal yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah dan respon cepat sehingga tidak kalah dengan pesaing yang terus bertambah.
2. Mempertahankan bahkan meningkatkan kenyamanan dengan memberikan suasana lingkungan yang baik seperti tetap menjaga kebersihan lingkungan , memberikan atau menambahkan fasilitas musik.
3. Melakukan promosi yang lebih gencar sehingga lebih cepat dikenal oleh konsumen untuk memperluas jaringan dan memperoleh konsumen yang lebih banyak lagi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anwar, A., Gulzar A., Sohail, F. B., Akram, S. N., 2011. Impact of Brand Image, Trust and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, Vol. 1 No. 5, 73-79.
- Amanah, D., 2011, Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 3, no. 3.
- Anggraeni, R. D., 2014, Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Di Surabaya (Studi Deskriptif Loyalitas Konsumen Coffe Toffe Di Surabaya). *Journal Commonline Komunikasi Universitas Airlangga*. Vol. 3, No. 2, 2014, 259-268.
- Aryani, D., & Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Organisasi*, Vol. 17, Agustus: No. 2, 114-126.
- Audinovic, V., 2013, *Profil Excelso*, [profil.merdeka.com /indonesia /e/excelso](http://profil.merdeka.com/indonesia/e/excelso), diakses tanggal 25 Juli 2016.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Excelso. 2016. Cafe And Coffee In INDONESIA. [http://excelsocoffee.com/cafe/excelsology/?nm=About%20Excelso&ver=](http://excelsocoffee.com/cafe/excelsology/?nm=About%20Excelso&ver=21) 21 Juli 2016 (09:15).
- Herlyana, E., 2012, Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat*, Vol. 13, No. 1, Juni: 187-204.
- Irawan, H., 2009, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT ELex Media Komputindo.
- Khan, I. 2012. Impact of Customers Satisfaction And Customers Retention on Customer Loyalty, *International Journal of Scientific & Technology Research*, Vol. 1, Issue 2, March: 106-110.
- Khan, M. M., & Fasih, M. 2014. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking

Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 8, No. 2, 331-354.

- Khotimah, C., Suharyono, dan Hidayat, K. 2016. Pengaruh Relationship Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. STO Klojen Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 36 No. 1, Juli 2016
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Manrai, Ajay K. (2015). *Global Perspective in Marketing for the 21st Century*. New York: Academy of Marketing Science.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 6, No. 2.
- Rahman, M. A., Kalam, A., Rahman, M. M., & Abdullah, M. 2012. The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol. 3, No. 4.
- Rai, A. K., and Medha, S., 2013, The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context. *Journal of Competitiveness*, Vol. 5, Issue 2 , June: 139-163.
- Salim, F. F., dan Dharmayanti, D., 2014, Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1.
- Selang, C. A. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, 71-80.
- Severi, Erfan & Kwek Choon Ling. 2013. The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science*, Vol. 9, No. 3, 125-137.
- Shahrokh, Z. D., Jamshid, S. S., & Vali G., 2012, Analyzing the influence of customer attitude toward brand extension on attitude toward

parent brand. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3, No. 9, 1133-1148.

Silalahi, U. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tu, Y.-T., Wang, C.-M., and Chang, H.C. 2012, Corporate Brand Image And Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan, *Journal of Social and Development Sciences*, Vol. 3, No. 1, January: 24-32.

Utama, I. G. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*, Yogyakarta: Deepublish.

Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Seri 2, Jakarta, Penerbit Salemba Infotek.