

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh citra merek dan kesadaran merek terhadap loyalitas pelanggan pada *Eatboos Cafe And Eatery* Pasir Kaliki Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden selaku pelanggan di *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung mengenai ketiga variabel dapat dilihat dari uraian sebagai berikut :
  - a. Tanggapan responden selaku pelanggan di *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung mengenai variabel Citra Merek tergolong pada kategori “Cukup Baik”. Dengan kata lain Citra Merek yang dimiliki *Eatboss Cafe and Eatery Pasir Kaliki Bandung* sudah bisa dikatakan baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Manfaat” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “Evaluasi Keseluruhan”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan pada *Eatboss Cafe and Eatery Pasir Kaliki Bandung* merasa mendapatkan manfaat yang lebih ketika berkunjung dan membeli produk di cafe tersebut, terlepas dari hasil evaluasi atau peningkatan jasa dan produk yang

dilakukan Eatboss Cafe and Eatery yang masih berada dikategori cukup baik di benak konsumennya.

- b. Tanggapan responden selaku pelanggan di *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung mengenai variabel Kesadaran Merek tergolong pada kategori “Cukup Baik”. Dengan kata lain Kesadaran Merek pelanggan terhadap *Eatboss Cafe and Eatery Pasir Kaliki Bandung* sudah bisa dikatakan baik. Dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “*Recognition*” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “*Purchase*”. Hal ini menunjukkan bahwa Eatboss Cafe and Eatery sebagai merek dagang sudah cukup dikenal dan dijadikan referensi oleh mayoritas pelanggannya meskipun dari segi pembelian masih berada di kategori cukup baik.
- c. Tanggapan responden selaku pelanggan di *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung mengenai variabel Loyalitas Pelanggan tergolong pada kategori “Cukup Baik”. Dengan kata lain Loyalitas Pelanggan *Eatboss Cafe and Eatery Pasir Kaliki Bandung* sudah bisa dikatakan baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “*Rata-rata Pembelian Ulang*” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “*Memberi Rekomendasi atau Mempromosikan Produk kepada Orang Lain*”. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pembelian, produk dan jasa yang ditawarkan Eatboss Cafe and Eatery bisa

dikatakan benar-benar melekat di benak para pelanggannya meskipun masih perlu ditingkatkan lagi agar tetap bisa bersaing dengan pesaingnya yang lain.

2. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung di benak para pelanggannya secara signifikan mempengaruhi loyalitas mereka sebagai pelanggan dengan arah hubungan yang positif.
3. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kesadaran Merek para pelanggan pada *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas mereka sebagai pelanggan.
4. Secara bersama-sama Citra Merek dan Kesadaran Merek para pelanggan *Eatboss Cafe and Eatery* Pasir Kaliki Bandung mempengaruhi loyalitas mereka sebagai pelanggan secara signifikan dengan arah hubungan yang positif.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

1. *Eatboss Café and Eatery* diharapkan dapat terus mengembangkan cabang-cabangnya di kota lain sehingga memiliki keunggulan dalam setiap aspeknya sehingga menciptakan citra merek, kesadaran pada

merek yang lebih kuat mengingat persaingan kompetitor café sekarang ini semakin ketat dan produk yang ada di dalam pasar hampir tidak memiliki perbedaan yang jauh.

2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti lain harus lebih memperdalam teori-teori yang ada mengenai citra merek, kesadaran pada merek dan loyalitas pelanggan sehingga dapat mendukung hasil penelitian dan mempermudah dalam menganalisis hasil penelitian.