

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat citra baik yang diberikan Teh Pucuk Harum maka loyalitas konsumen Teh Pucuk Harum semakin meningkat.
2. Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen maka loyalitas konsumen Teh Pucuk Harum semakin meningkat.
3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat citra baik yang diberikan Teh Pucuk Harum maka kepercayaan konsumen Teh Pucuk Harum semakin meningkat.
4. Kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen maka kepercayaan konsumen Teh Pucuk Harum semakin meningkat.
5. Kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen maka loyalitas konsumen Teh Pucuk Harum semakin meningkat.

6. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek mampu memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek Teh Pucuk Harum.
7. Kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek mampu memediasi pengaruh kesadaran merek terhadap loyalitas merek Teh Pucuk Harum.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan sebaik mungkin, namun masih ada hal yang kurang maksimal sehingga menjadi keterbatasan dan kelemahan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dari segi cakupan objek maupun subjek penelitian dan tidak menyertakan alamat dan identitas responden pada kuisioner. Penelitian ini hanya meneliti 150 konsumen dari seluruh konsumen yang dimiliki oleh Teh Pucuk Harum di Kota Yogyakarta, dan juga peneliti hanya meneliti konsumen yang berada wilayah di Kota Yogyakarta.
2. Penelitian ini bersifat *cross sectional* yaitu hanya diteliti dalam satu waktu yang terbatas dan hanya untuk membuktikan kondisi yang terjadi pada

waktu penelitian dan perubahan yang mungkin sudah dan akan terjadi tidak dapat diamati.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitain ini dapat dijadikan strategi di bidang pemasaran serta untuk evaluasi menentukan strategi kedepannya. Hasil yang menunjukkan bahwa citra merek, kepercayaan merek, dan kesadaran merek mampu meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mencari faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas merek dan memperluas wilayah penelitian tidak hanya di Kota Yogyakarta saja seperti penelitian ini.