

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial hipotesis pertama yaitu pengaruh *costumer bonding* terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,546 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,985 ($3,546 > 1,985$) dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari *alpha* yang digunakan yaitu sebesar 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial *costumer bonding* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Kota Kupang.
2. Hasil uji parsial hipotesis kedua pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,073 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,985 ($5,073 > 1,985$) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari *alpha* yang digunakan yaitu sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Kota Kupang.
3. Hasil uji simultan hipotesis ketiga pengaruh *costumer bonding* dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan memperoleh nilai F hitung sebesar 30,138 dimana hasil tersebut lebih besar dari nilai F tabel yaitu sebesar 3,09 ($30,138 > 3,09$) dengan signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari nilai *alpha* yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak

dan Ha diterima, yang berarti secara simultan customer bonding dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Kota Kupang.

5.2.Implikasi Teoritis

1. Customer *bonding* (mengikat pelanggan) adalah suatu strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada produk dan perusahaan dengan cara membangun atau mempertahankan kepercayaan pelanggan. Dari sudut pandang pelanggan, *customer bonding* merupakan pertimbangan dalam proses pemilihan perusahaan atau produk yang akan dibeli. Sedangkan dari sudut pemasar, *customer bonding* atau ikatan pelanggan merupakan strategi jangka panjang dalam memperkuat dan memberikan inspirasi pada setiap elemen bauran pemasaran (Aowahilwa, Wahono, & Rahmawati, 2023).
2. Menurut Dewi (2008), citra merek adalah konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subjektif dan emosi pribadinya. Menurut Tatik (2013) citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian.
3. Pelanggan yang memiliki loyalitas kepada perusahaan memberikan dampak positif bagi perusahaan, tidak hanya melakukan pembelian ulang saja tetapi juga pelanggan yang loyal tidak jarang untuk mempromosikan produk atau layanan yang ia gunakan ke orang lain dan sebaliknya jika pelanggan merasa kecewa ia akan menceritakan pengalaman buruk

tentang produk atau layanan yang ia gunakan (Kotler dan Amstrong, 2017).

5.3.Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat diberikan saran-saran sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi pihak perusahaan, di mana sarannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk tetap menjaga *costumer bonding*, maka disarankan agar J.CO Donuts & Coffee terus meningkatkan kualitas atau mutu dari produknya agar terus menerus memberikan diskon agar pelanggan tidak berpaling ke lain produk.
2. Disarankan agar J.CO Donuts & Coffee terus menjaga citra merek atau citra perusahaan, hal ini dimaksudkan agar perusahaan tetap mempunyai reputasi yang baik di mata pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih ke produk yang lain.
3. Disarankan pula agar perlunya J.CO Donuts & Coffee memberikan pelayanan yang lebih maksimal kepada pelanggan, hal ini dimaksudkan agar dapat memberikan loyalitas kepada pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari dan memperbaiki hasil penelitian ini agar lebih sempurna lagi.
5. Bagi peneliti lainnya agar mengembangkan variabel lain yang belum pernah diteliti.