

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya tentang pengaruh *Brand Equity*, Variasi Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Sirup Marjan di Jakarta Selatan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Equity* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Sirup Marjan di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin kuat *brand equity* dipikirkan pelanggan, maka akan semakin tinggi pelanggan untuk terus setia mengonsumsi Sirup Marjan.
2. Variasi Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Sirup Marjan di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin banyak pilihan variasi produk Sirup Marjan yang tersedia, maka akan semakin tinggi pelanggan untuk tetap setia mengonsumsi Sirup Marjan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Sirup Marjan di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin puas pelanggan dengan produk Sirup Marjan, maka akan semakin tinggi pelanggan untuk terus memilih Sirup Marjan.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Brand Equity* dari Sirup Marjan sudah baik sehingga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Namun, Marjan harus lebih fokus dalam meningkatkan penilaian merek dengan cara membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi dan pelayanan pelanggan, meningkatkan kualitas produk secara konsisten, serta memanfaatkan *influencer* atau *brand ambassador* yang relevan untuk meningkatkan kesadaran dan persepsi positif terhadap merek Marjan. *Brand Equity* merupakan variabel bebas yang memberikan kontribusi paling kecil terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, hal ini perlu

menjadi perhatian utama bagi Marjan dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan.

2. Variasi Produk dari Sirup Marjan sudah baik sehingga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Namun, Marjan harus lebih fokus dalam meningkatkan harga produk dengan cara menawarkan berbagai pilihan paket harga yang lebih fleksibel, seperti paket *bundling* atau diskon untuk pembelian dalam jumlah besar, serta memastikan bahwa harga produk tetap bersaing dengan merek lain tanpa mengorbankan kualitas. Hal ini diharapkan agar pelanggan dapat memiliki lebih banyak pilihan yang sesuai dengan anggaran sekaligus dapat memberikan kontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan terhadap produk Marjan.
3. Kepuasan Pelanggan dari Sirup Marjan sudah baik sehingga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Namun, Marjan harus lebih fokus dalam meningkatkan harapan pelanggan dengan cara memberikan inovasi dalam pengembangan rasa dan kemasan yang menarik, serta memastikan produk selalu tersedia di pasar dengan kualitas yang terjamin. Selain itu, Marjan dapat memperkenalkan program loyalitas atau penghargaan bagi pelanggan setia sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Mengingat Sirup Marjan selama ini identik dengan rasa manis yang cukup kuat, perusahaan dapat melakukan inovasi dengan menciptakan varian rasa baru, seperti sirup rendah gula (*low sugar*) atau varian lainnya yang lebih variatif dan sehat. Inovasi ini tidak hanya akan menarik perhatian pelanggan yang lebih memperhatikan kesehatan, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan segmen pasar yang lebih luas, termasuk mereka yang mencari pilihan produk yang lebih seimbang dan ramah kesehatan. Dengan demikian, Marjan dapat memperkuat posisinya di pasar dan lebih mendalam dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama bagi mereka yang merasa diperhatikan dalam hal preferensi rasa dan perhatian terhadap gaya hidup sehat.