

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada air minum dalam kemasan merek aqua maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Harga mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Merek. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas Merek air minum dalam kemasan merek Aqua. Harga memiliki pengaruh positif signifikan, yang berarti Loyalitas Merek akan meningkat apabila Harga berjalan dengan baik.
2. Variabel Kemasan tidak mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Merek. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui tidak terdapat pengaruh antara kemasan terhadap Loyalitas Merek air minum dalam kemasan merek Aqua. Kemasan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan, yang berarti Loyalitas Merek tidak akan berpengaruh apabila ada perubahan meningkat atau menurun dari variabel kemasan.

3. Variabel Kesadaran Merek tidak mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Merek. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat tidak adanya pengaruh antara kesadaran merek terhadap Loyalitas Merek air minum dalam kemasan merek Aqua. Variabel Kesadaran merek tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan, yang berarti Loyalitas Merek tidak akan berpengaruh apabila ada perubahan meningkat atau menurun dari variabel kesadaran merek.
4. Harga, kemasan dan kesadaran merek mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Merek sebesar 65,4% dan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Harga kemasan dan kesadaran merek terhadap Loyalitas Merek air minum dalam kemasan merek Aqua. Harga, kemasan dan kesadaran merek memiliki pengaruh positif signifikan, yang berarti Loyalitas Merek akan meningkat jika Harga, kemasan dan kesadaran merek berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Air minum dalam kemasan merek Aqua :

1. Harga memiliki pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Merek pelanggan. Perusahaan harus tetap menjaga kestabilan sebuah Harga meskipun ditengah banyaknya pesaing dan pemain baru di industri AMDK Aqua harus tetap memberikan harga yang terbaik untuk pasar dan para konsumennya agar Harga semakin membaik, sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Merek.

2. Kemasan tidak memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Merek. Meskipun tidak memiliki pengaruh untuk loyalitas merek, sebaiknya Aqua juga tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dari sebuah kemasan produk aqua dari ukuran terkecil hingga yang terbesar aqua galon, karena apabila tidak adanya pembaruan dan peningkatan kualitas kemasan dari sebuah produk aqua, maka tidak mustahil akan bisa disalip oleh pesaingnya seperti kemasan galon yang pesaingnya sudah membuat gebrakan baru yaitu Le Minerale dengan kemasan galon sekali pakai dengan klaim kualitas air lebih terjaga dan lebih steril, namun konsep ini juga bertolak belakang dengan konsep *go green*, jadi sebaiknya aqua mungkin bisa membuat gebrakan dan Langkah baru dalam kemasan agar tetap menjadi leader di industri AMDK ini dan jugatentu untuk menjaga dan meningkatkan Loyalitas merek terhadap Air minum dalam kemasan merek Aqua.