

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh hasil yang dirangkum sebagai berikut :

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand love* Kopi Kenangan di kota Padang
2. *Brand image* positif tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer engagement* dengan Kopi Kenangan di kota Padang
3. *Brand love* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement* dengan Kopi Kenangan di kota Padang
4. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement* dengan *brand love* sebagai variabel mediasi pada Kopi Kenangan di kota Padang.
5. Berdasarkan prosedur analisis mediasi dalam SEM-PLS Dengan Metode signifikansi path coefficient menunjukkan bahwa hubungan tidak langsung signifikan, tetapi hubungan langsungnya tidak signifikan sehingga dapat diambil kesimpulan hasil keputusannya ***Indirect-only mediation*** (mediasi hubungan tidak langsung saja) berbentuk ***full mediation*** (mediasi penuh)

5.2 Saran

Beberapa hal yang dapat direkomendasikan yaitu :

1. Beberapa upaya penting yang harus dilakukan Kopi Kenangan di Kota Padang untuk meningkatkan *brand image* adalah dengan cara meningkatkan pemahaman konsumen bahwa kopi kenangan memiliki sejarah yang Panjang dengan cara:
 1. Penyedia jasa memberikan informasi mengenai pendirian kopi kenangan secara general, kemudian juga memberikan informasi kapan melakukan ekspansi gerai diberbagai kota .
 2. Selanjutnya untuk peningkatan *brand image* kopi kenangan di kota padang mungkin dapat menampilkan perjalanan kopi kenangan dari berdiri hingga sekarang melalui konten postingaan sehingga konsumen tahu sejarah pendirian kopi kenangan itu sudah bagaimana serta apa saja yang sudah diperoleh Kopi kenangan dari segi *brand image* menurut penilaian konsumennya secara menyeluruh
3. Kopi Kenangan di Kota Padang disarankan untuk untuk meningkatkan *brand love* dengan cara meningkatkan keterikataan konsumen dengan cara:
 - a. Membuat konsumen agar mau untuk mencoba berbagai macam menu produk makanan atau minuman yang dijual agar konsumen tidak mencari alternatif lain menu yang disediakan oleh pesaing
 - b. Berusaha melakukan inovasi produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak merasa bosan dan punya alternatif pilihan produk makanan/minuan yang diinginkan