

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Secara keseluruhan pembahasan yang diuraikan dapat disimpulkan bahwa, *rebranding* yang dilakukan Doa Ayah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jadi *rebranding* dapat dilakukan dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen atau pelanggan dapat terpuaskan. Namun hasil positif dari pengaruh *rebranding* akan bisa lebih optimal lagi jika *rebranding* juga dilakukan dengan kinerja serta usaha yang matang.

Sehingga *rebranding* dapat diminati oleh banyak orang. Jika *rebranding* itu dilakukan dengan tujuan yang jelas, untuk dijadikan seperti yang dibutuhkan dan diminati banyak orang. Maka itu akan membawa dampak yang baik serta meningkatkan kepuasan dibenak pelanggan, sehingga pelanggan akan dapat mengekspresikan perasaan puass tersebut dengan datang atau menikmati produk serta jasa yang diberikan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa *rebranding* ternyata mampu berpengaruh dalam melihat kepuasan konsumen atau pelanggan terhadap pelayanan serta produknya. Peneliti sarankan agar :

- a. Doa Ayah bisa menambahkan promo-promo produk yang menarik sehingga pelanggan tertarik untuk menikmati dan mencoba berbagai varian menu, serta menu andalan yang ada di Doa Ayah.
- b. Dapat juga menambah menu-menu makanan berat dan pendampingnya. Agar lebih bervariasi lagi dan pelanggan juga bisa mendapat banyak referensi makanan atau jajanan pendamping minuman yang akan dibeli.
- c. Dan juga untuk terus mempertahankan pelayanan kepada pelanggan dengan ramah, tanggap dan cekatan. Serta meningkatkan strategi dan hal-hal serupa yang sudah berjalan guna untuk mempertahankan citra baru yang baik di benak penikmat dan pelanggan Doa Ayah.
- d. Pengkomunikasian penjualan produk dan informasi tentang tempat Doa Ayah dapat dikomunikasikan melalui tik-tok atau akun media sosial lain yang saat ini sedang banyak digunakan, sehingga jangkauan informasi semakin luas dan orang-orang semakin tahu tentang Toko Kopi Doa Ayah.
- e. Agar dapat lebih mengoptimalkan *rebranding* yang dilakukan Doa Ayah, pemilik dapat memperluas jangkauan

penyampaian informasi dengan menggunakan media yang lebih berkembang dalam pemasaran produk, lokasi, dan suasana dengan menggunakan media tik -tok, reels ig, ataupun siaran live di media sosial lain. Kemudian mempermudah pembelian secara online dengan pesan antar langsung oleh pegawai Doa Ayah sehingga pelanggan termudahkan dalam membeli produk yang di tawarkan oleh Doa Ayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- ardianto, D. E. (2010). *Metode penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif* (nunik siti (ed.); 1st ed.). simbiosis rekayasa media.
- chaniago, D. A. (2017). *Monograf* (1st ed.). lentera ilmu cendekia.
- Creswell. (2020). *Penelitian Kuantitatif*.  
<https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/>
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS* 23.
- Juni, D. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu* (1st ed.). CV pustaka setia.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Muzellec and lambkin. (n.d.). *corporate branding and brand architecture*.  
Retrieved January 4, 2021, from <http://mtg.sagegup.com>
- Philip Kotler, K. L. K. (2008). *Marketing Management* (13th ed.). Erlangga.
- Putri, F. A., Sumartias, S., Sjoraida, F., & RIZA RIZKI ISYANA. (2015).  
Strategi pemasaran melalui rebranding. *Skripsi*, 2(2), 50–60.
- Sarwono, J. (2011). Get to know the path of Analysis: History, Understanding, and Application, Scientific Journal of Business Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.
- Studi, P., Manajemen, M., Sarjana, P. P., & Diponegoro, U. (2009). *Studi pada Pasien Rawat Jalan RS . Bhakti Wira Tamtama Semarang Sertifikasi*.
- sugiono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- zainal, D. Y. (2015a). *Metode penelitian komunikasi* (1st ed.). CV pustaka

setia.

zainal, D. Y. (2015b). *Metode penelitian komunikasi*. CV pustaka setia.