

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, peneliti menemukan data bahwa:

- Peneliti menemukan bahwa jawaban responden untuk Brand Experience sebagian besar berada di opsi jawaban 'setuju', yang menggambarkan bahwa para responden telah menghayati adanya Brand Experience yang positif.
- Peneliti menemukan bahwa jawaban responden untuk Brand Personality sebagian besar berada di opsi jawaban 'setuju', yang menggambarkan bahwa para responden telah menghayati adanya Brand Personality yang menjadi ciri Domino's Pizza.
- Peneliti menemukan bahwa jawaban responden untuk Customer Satisfaction sebagian besar berada di opsi jawaban 'setuju', yang menggambarkan bahwa para responden telah menghayati adanya kepuasan yang dialami dari kegiatan belanja di Domino's Pizza
- Peneliti menemukan bahwa jawaban responden untuk Customer Loyalty sebagian besar berada di opsi jawaban 'setuju', yang menggambarkan bahwa para responden telah menghayati bahwa mereka memiliki kepuasan (*satisfaction*) terhadap Domino's Pizza
- Peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada Brand experience terhadap Customer Loyalty yang dimediasi oleh Brand Personality dan *customer satisfaction*. Peneliti menemukan pengaruh sebesar 11.4%

- Peneliti menemukan bahwa Brand Personality memiliki pengaruh mediasi yang cukup memunculkan Customer Loyalty sebesar 5.41%
- Peneliti menemukan bahwa Customer Satisfaction memiliki pengaruh mediasi yang memunculkan Customer Loyalty sebesar 3.21%

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Brand Experience terhadap Customer Loyalty yang dimediasi *Customer Satisfaction*. Dengan demikian, perusahaan harus terus menerus berusaha meningkatkan pengalaman positif yang diterima oleh para individu ketika berhubungan dengan perusahaan, misalnya dalam proses pemesanan dan pembelian, untuk dapat meningkatkan loyalitas yang dimiliki.

Selain itu, pengaruh ini didukung juga oleh adanya Brand Personality yang menunjukkan ciri utama atau khas dari suatu merek tertentu, dan adanya kepuasan konsumen yang dihayati dalam melakukan kegiatan pembelian terhadap barang dan jasa.

5.3. keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan:

- Penelitian dilakukan pada bidang perusahaan produk dan jasa yang berkaitan dengan makanan dan minuman (food and beverage), yaitu Domino's Pizza
- Penelitian dilakukan hanya pada *walij in customer* di Domino's Pizza di satu cabang tertentu

- Penelitian dilakukan untuk mengukur variable brand experience dan loyalitas, yang dimediasi oleh brand personality dan customer satisfaction

5.3. Saran

Peneliti menyarankan pada para peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak, dengan harapan kemampuan generalisasi dari penelitian akan menjadi semakin baik.

Peneliti menyarankan juga pada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan uji pemodelan dengan menggunakan SEM (Structural equation modelling) untuk dapat memperlihatkan hasil penelitian yang lebih beragam dan kaya.

