

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel pengalaman merek berada pada taraf “setuju” yang menggambarkan bahwa mereka telah memiliki pengalaman tersendiri pada Lighthouse Coffee Brewery.
2. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel keterikatan emosi berada pada taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka merasa terikat dengan Lighthouse Coffee Brewery.
3. Sebagian besar responden untuk variabel loyalitas merek berada pada taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka loyal terhadap Lighthouse Coffee Brewery.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman merek terhadap keterikatan emosi pada Lighthouse Coffee Brewery dengan total pengaruh 32.5% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 67.5%.
5. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keterikatan emosi terhadap loyalitas merek pada Lighthouse Coffee Brewery dengan total pengaruh 2.4% dan besarnya dari variabel lain yang tidak diamati adalah 97.6%.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman merek terhadap loyalitas merek yang dimediasi oleh keterikatan emosi pada Lighthouse Coffee Brewery dengan pengaruh sebesar

7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman merek terhadap loyalitas merek pada Lighthouse Coffee Brewery dengan total pengaruh 55.4% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 44.6%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memiliki sampel responden yang dianggap masih kurang untuk mewakili pelanggan Lighthouse Coffee Brewery Bandung.
2. Kurangnya variabel yang diteliti dalam penelitian ini.
3. Waktu yang terbatas saat membagikan kuisisioner.
4. Pemilihan coffee shop yang kurang tepat dengan pernyataan kuisisioner.
5. Pemilihan pernyataan kuisisioner.
6. Responden kurang tertarik dengan kuisisioner yang diedarkan.

5.3 Saran

Untuk itu peneliti dapat membuat saran sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan untuk memperbanyak sampel yang dibagikan melalui kuisisioner agar data yang terkumpul dapat tercukupi lebih baik lagi.
2. Peneliti menyarankan untuk lebih baik lagi dalam memahami fokus dan objek pemilihan.
3. Peneliti menyarankan kepada pihak Lighthouse Coffee Brewery untuk dapat mempertahankan *brand experience* dan *brand loyalty* yang dirasa cukup (ditandai banyaknya responden yang menjawab setuju) , sedangkan untuk meningkatkan *emotional attachment* peneliti menyarankan untuk melakukan serangkaian promo dalam periode tertentu contohnya seperti diskon dan

menjalin komunikasi dengan konsumen contohnya seperti menyapa menggunakan nama supaya lebih akrab , menjelaskan produk secara jelas dan melayani secara ramah.

