

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Terdapat hubungan langsung antara *Involvement* terhadap Loyalitas Merek dengan nilai 0.517,
2. Terdapat hubungan tidak langsung antara *Involvement* terhadap Loyalitas Merek yang dimediasi oleh Kepercayaan Merek dengan nilai 0.305.

Artinya hubungan langsung lebih tinggi dibandingkan hubungan tidak langsung, sehingga sebenarnya tanpa kepercayaan merek sekalipun *Involvement* dapat mempengaruhi Loyalitas Merek. Namun akan lebih baik jika perusahaan menggunakan keduanya untuk mempengaruhi Loyalitas Merek, hal ini dapat dilihat dari nilai total kedua hubungan tersebut yaitu sebesar 0.822.

Hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai adanya hubungan langsung dan tidak langsung antara *Involvement* terhadap Loyalitas Merek yang dimediasi oleh Kepercayaan Merek.

#### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini terutama adalah dalam hal waktu serta biaya, dimana tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti secara lebih mendetail dan lebih komparatif.

### 5.3. Saran

Untuk mengatasi keterbatasan yang ada, maka peneliti dengan ini menyarankan agar peneliti selanjutnya menambah variabel penelitian agar hasil penelitian dapat lebih komparatif artinya dapat lebih banyak membandingkan pengaruh antar variabelnya. Adapun variabel-variabel yang dianjurkan oleh peneliti adalah *management quality*, *word of mouth*, *e-word of mouth*, *customer satisfaction*, *brand image*, *service image*, *relationship image*, dan lain-lain.

