

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hipotesis, hasil dari pengolahan data dan pembahasan, maka didapat kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adanya pengaruh positif *Brand Ambassador* terhadap Kepuasan Pelanggan dimana semakin tepat pemilihan *Brand Ambassador* erigo maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga produk yang disediakan erigo maka semakin meningkat pula Kepuasan Pelanggan untuk selalu melakukan pembelian produk erigo.
3. *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin baik nya pemilihan *Brand Ambassador* maka akan dapat memunculkan sifat loyalitas pelanggan terhadap brand erigo.
4. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. semakin tinggi/rendah harga yang ditetapkan oleh erigo tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan erigo.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin besar Kepuasan Pelanggan maka semakin meningkat pula Loyalitas Pelanggan erigo.

6. Kepuasan Pelanggan terbukti memediasi *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik pemilihan *brand ambassador* pada produk erigo, maka Kepuasan Pelanggan juga semakin meningkat, sehingga semakin baik pula Loyalitas Pelanggan terhadap pelanggan erigo.
7. Kepuasan Pelanggan terbukti memediasi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik Harga produk yang disediakan erigo, maka Kepuasan Pelanggan juga semakin meningkat, sehingga semakin baik pula Loyalitas Pelanggan terhadap pelanggan erigo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, diantara keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada empat variable yaitu brand ambassador harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, sedangkan masih banyak factor lain yang dapat digunakan.
2. Adanya responden yang kurang memahami pernyataan dalam kuesioner dan kejujuran dalam mengisinya sehingga mungkin saja hasilnya menjadi kurang akurat.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan dalam melakukan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran-saran yang diusulkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Brand Erigo

Untuk terus memaksimalkan dari segi pemilihan *brand ambassador* dan juga lebih dikembangkan lagi mengenai desain produk nya agar meningkatkan minat beli pelanggan, dan dengan menjaga dari segi harga yang terjangkau dan sesuai dengan produk yang dihasilkan agar pelanggan merasakan kepuasan dan memunculkan rasa loyal dari pelanggan terhadap erigo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai loyalitas pelanggan, diharapkan dapat menambah variabel yang tidak dibahas oleh peneliti, karena masih ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang bertujuan agar penelitian selanjutnya mengenai variabel loyalitas pelanggan akan menjadi lebih mendalam dan berkembang.