

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh kepuasan merek, pengalaman merek dan reputasi merek terhadap loyalitas merek produk HNI di SoloRaya. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek produk HNI di Soloraya.
2. Pengalaman merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek produk HNI di Soloraya.
3. Reputasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek produk HNI di Soloraya.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui *google form* sehingga memungkinkan banyak jawaban yang responden berikan tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.
2. Variabel independen yang diteliti hanya mencakup variabel kepuasan merek, pengalaman merek dan reputasi merek sehingga belum dapat mengungkapkan keseluruhan faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas merek lainnya.

C. Saran

1. Bagi pihak perusahaan PT HPAI sebaiknya terus melakukan inovasi guna meningkatkan loyalitas dan mengkaji faktor- faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas terhadap merek.
2. Variabel reputasi merek tidak signifikan maka disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan reputasinya supaya lebih dikenal oleh masyarakat.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik sama. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel- variabel yang beragam selain kepuasan merek, pengalaman merek dan reputasi merek untuk loyalitas merek.