

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Melalui analisis yang dilakukan pada variabel Brand Engagement, Customer Satisfaction, Service Quality. Maka bisa ditarik kesimpulannya bahwa :

1. Variabel Brand Engagement ( X1 ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ( Y). Artinya semakin tinggi nilai Variabel Brand Engagement yang diberikan maka semakin meningkat loyalitas pelanggan.
2. Variabel Customer Satisfaction ( X2 ) Satisfaction tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan( Y ). Artinya, semakin tinggi nilai variabel Customer Satisfaction yang diberikan, maka semakin rendah loyalitas pelanggan.
3. Variabel Service Quality ( X3 ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y, artinya semakin tinggi nilai Variabel Brand Engagement yang diberikan maka semakin meningkat loyalitas pelanggan.

#### B. Saran

Melalui analisis penelitian yang dilakukan pada Variabel Brand Engagement ( X1 ), Customer Satisfaction ( X2 ), Service Quality ( X3), maka saran yang diberikan ialah :

1. Variabel Brand Engagement ( X1 )

Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ( Y). Dalam hal ini perusahaan harus mempertahankan dan terus meningkatkan Brand Engagement. Karena variabel ini sangat mempengaruhi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Variabel Customer Satisfaction ( X2 )

Satisfaction tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan( Y ). Dalam hal ini perlu diperhatikan lagi akan kepuasan pelanggan.

### 3. Variabel Service Quality ( X3 )

Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Dalam hal ini perlu mempertahankan atau lebih meningkatkan service quality yang dimiliki.

