

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan mengenai brand image dan customer experience melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening terhadap customer loyalty, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,397 dan nilai *p-values* sebesar 0,000.
2. *Customer Experience* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,483 dan nilai *p-values* sebesar 0,000.
3. *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,294 dan nilai *p-values* sebesar 0,007.
4. *Customer Experience* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,309 dan nilai *p-values* sebesar 0,003.
5. *Customer Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,325 dan nilai *p-values* sebesar 0,003.

6. Secara tidak langsung *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan melalui *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,129 dan nilai *p-values* sebesar 0,027.
7. Secara tidak langsung *Customer Experience* berpengaruh secara positif dan signifikan melalui *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* McDonald's Rungkut dengan nilai sebesar 0,157 dan nilai *p-values* sebesar 0,008.

Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik *brand image* dan *customer experience* yang dimiliki McDonald's maka semakin meningkat *customer satisfaction* sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*.

5.2 Saran

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan diatas, ada beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan antara lain :

1. Bisnis di industri makanan cepat saji sangat beragam dan banyak pesaing yang sejenis dengan McDonald's. Perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan *brand image* serta menenangkan di benak konsumen dengan mengedepankan McDonald's sebagai makanan cepat saji yang memiliki produk beragam dan keunikan pada desain kemasan serta gift yang didapatkan.

2. Dalam mempertahankan *customer experience* McDonald's, perusahaan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik, terus melakukan inovasi dengan memperbanyak menu dan varian rasa yang sesuai dengan trend yang ada sehingga pengalaman tersebut akan menjadi pengalaman positif dan berkesan bagi konsumen dengan McDonald's.
3. Untuk menjaga dan mempertahankan *customer satisfaction* McDonald's, perusahaan dapat meningkatkan mutu dan kualitas produk agar tidak kalah saing dengan kompetitor lain. Perusahaan juga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Dengan begitu konsumen merasa puas dengan produk perusahaan sehingga *customer loyalty* juga akan semakin meningkat dan terus melakukan pembelian kembali.