

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Experince*, *Brand Satisfaction* dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* pada hotel Palm Beach Bandengan Jepara. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program pengolahan data SPSS 20 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Experince* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada hotel Palm Beach Bandengan Jepara.
2. *Brand Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada hotel Palm Beach Bandengan Jepara.
3. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada hotel Palm Beach Bandengan Jepara.
4. *Brand Experience (X1)*, *Brand satisfaction (X2)* dan *Brand Image(X3)* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty (Y)* pada hotel Palm Beach Bandengan Jepara.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak hotel Palm Beach Bandengan Jepara adalah sebagai berikut :

5.2.1. Saran untuk Perusahaan

1. Dalam variabel *Brand Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada Palm Beach Bandengan Jepara. Maka sebaiknya Palm Beach Bandengan Jepara dapat selalu mempertahankan dan dapat memelihara pemandangan pantai dengan baik sehingga pengunjung dapat merasakan liburan yang menyenangkan saat menginap di hotel Palm Beach Bandengan Jepara.
3. Dalam variabel *Brand Satisfaction* memiliki pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada Palm Beach Bandengan Jepara . maka kedepannya hotel Palm Beach Bandengan Jepara dapat selalu mempertahankan dan tetap menjaga pelayanan yang terbaik dan dapat menambah fasilitas baru yang dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung hotel yang menginap di hotel Palm Beach Bandengan Jepara.
4. Dalam variabel *Brand Image* memiliki pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada Palm Beach Bandengan Jepara. maka kedepannya hotel Palm Beach Bandengan Jepara dapat mempertahankan *image* pemandangan yang baik di banding hotel lainnya.
5. Untuk peneliti yang akan datang di sarankan untuk menggali lebih dalam mengenai karakteristik variabel brand experience, brand satisfaction dan brand image lagi agar faktor-faktor yang mempengaruhi brand loyalty lebih terperinci dan lebih baik lagi.