

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab sebelumnya. Maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Loyalty*, *Brand Awareness*, *Brand Association*, dan *Product Quality* Terhadap *Repurchase Intention* pada PT Ace Hardware Indonesia” yang telah dianalisis menggunakan PLS-SEM, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. *Brand Association* memberi pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
2. *Brand Awareness* memberi pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
3. *Product Quality* memberi pengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
4. *Brand Loyalty* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
5. *Brand Awareness* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
6. *Brand Association* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pada PT. ACE Hardware Indonesia.
7. *Product Quality* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pada PT. ACE Hardware Indonesia.

## 5.2 Implikasi Managerial

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti berharap adanya kebijakan baru dari pihak manajemen PT. ACE Hardware untuk lebih memperhatikan *Brand Awareness* untuk lebih mengetahui bagaimana pelanggan untuk memutuskan pembelian kembali (*Repurchase Intention*), dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Karena *Brand Awareness* ini merupakan variable yang dianggap paling dominan berpengaruh terhadap variable *Repurchase Intention*.

*Brand Association* pun berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, artinya perlu menjaga segala sesuatu yang melekat pada PT. ACE Hardware seperti kualitas sesuai dengan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, pemilihan lokasi yang strategis, nyaman, dan damai. Juga memberikan kesan dan pengalaman terbaik untuk pelanggan.

*Product Quality* memberi pengaruh yang signifikan terhadap *Repurchase Intention*, maka pihak manajemen perlu meningkatkan dan menjaga kualitas produk yang dijual agar tetap menjadi pilihan utama konsumen. Dimulai karakteristik produk, daya tahan, hingga kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen.

*Brand Loyalty* berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* membuktikan bahwa sikap yang dimiliki para konsumen mencerminkan adanya kepuasan terhadap pihak manajerial di PT. ACE Hardware yang menimbulkan sikap loyal terhadap produk yang disediakan pada ACE Hardware.

*Brand Awareness* memberi pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Loyalty* keduanya memiliki hubungan yang positif artinya tingkat kesadaran merek dari konsumen begitu tinggi dan akan mengarah pada arahan yang lebih tinggi pada loyalitas merek.

*Brand Association* memberi pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Loyalty* artinya sebuah keyakinan yang konsisten oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian ulang atas produk pada waktu berikutnya dan tidak punya keinginan untuk beralih walaupun ada pengaruh yang kuat dari usaha pemasaran dan faktor situasional yang dapat mengakibatkan konsumen beralih

*Product Quality* memberi pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Loyalty* artinya kualitas produk yang dipersepsikan tinggi menyebabkan konsumen akan membeli produk secara berulang dan konsumen akan setia dengan PT. ACE Hardware.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Terlaksananya penelitian ini tidak jauh dari kata sempurna. Adapun keterbatasan penelitian yang dapat mempengaruhi pada hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya berfokus pada pelanggan yang berdomisili di Jakarta dan telah melakukan pembelian di PT. ACE Hardware
2. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui platform *Google Form*, yang mengakibatkan peneliti tidak mengetahui reaksi langsung responden ketika pengisian kuesioner (apakah sesuai dengan hasil penelitian atau tidak)
3. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya mencakup variable

*Brand Awareness, Brand Association, Product Quality, Brand Loyalty, dan Repurchase Intention.*

#### 5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka dapat diambil beberapa saran penelitian. Diantaranya yaitu :

##### 1. Bagi Pihak Manajemen

Diharapkan dari adanya penelitian ini bisa dijadikan acuan juga bahan pertimbangan teruntuk kebijakan baru yang berkaitan dengan *Brand Awareness, Brand Association, Product Quality, Brand Loyalty* dan *Repurchase Intention* pada PT. ACE Hardware.

##### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Peneliti dapat menjangkau responden dengan cakupan yang lebih luas, seperti menjangkau konsumen PT. ACE Hardware se-Indonesia dengan beberapa sampel yang diambil beberapa masyarakat dari masing-masing provinsi.
- b) Juga selain menyebarkan kuesioner, pengumpulan data dapat dilakukan dengan melakukan wawancara pada informan PT. ACE Hardware untuk mengetahui keterkaitan antar variable yang diteliti.
- c) Diperlukan untuk menambahkan variable atau mengganti variable bebas dengan variable-variabel yang sesuai dengan factor yang mempengaruhi repurchase intention contohnya *Customer Satisfaction* (kepuasaan pelanggan). Hal tersebut dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang telah melakukan uji atau

analisis factor.

