

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan.
4. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
5. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
6. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.
7. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
8. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan antara *rebranding* terhadap loyalitas konsumen.
9. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
10. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan antara *brand ambassador* terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya.

Bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitaian ini dan menghasilkan temuan yang lebih akurat dan bermanfaat bagi masyarakat.

Bagi Gojek

Bagi Gojek agar dapat meningkatkan pelayanan dan pembaruan yang ada untuk mencapai kepuasan konsumen serta membuat konsumen lebih loyal terhadap perusahaan.