

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang bertujuan untuk menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Dengan menggunakan kuesioner sebanyak 120 pada konsumen Teh Sepak Bola di kota Surakarta dapat diketahui seluruh responden merupakan konsumen dari Teh Sepak Bola, dan pada penelitian ini Trust in a Brand memiliki pengaruh terhadap *Brand Loyalty*.
2. Dengan melihat jawaban responden pada tabel pertanyaan , ternyata *Brand Characteristic* , *Company Characteristic* , dan *Consumer Brand Characteristic* memiliki pengaruh terhadap *Brand Loyalty*. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian secara keseluruhan yang menjelaskan bahwa hasil dari *adjusted R square* , sebesar 43,9% atau 0,439 dimana Trust in a Brand mempengaruhi *Brand Loyalty* dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebesar 56,1% atau 0,561.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan satu merek produk saja yaitu Teh Sepak Bola.
2. Dalam penelitian ini hanya konsumen Teh Sepak Bola di sekitar kota Surakarta saja yang menjadi respondennya.
3. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan variable *Trust in a Brand* untuk menguji *Brand Loyalty*.

### 5.3. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan diatas antara lain:

1. Diharapkan pada penelitian mendatang menggunakan produk yang beragam seperti Aqua, Fanta , Coca-cola, Pocari Sweet, atau produk lain.
2. Diharapkan dalam penelitian mendatang peneliti tidak hanya menggunakan konsumen Teh Sepak Bola di kota Surakarta saja tetapi juga menggunakan responden yang berada dikota-kota lainnya seperti Semarang, Surabaya, Jogja sehingga mampu mendapatkan jawaban yang bervariasi yang dapat mendukung penelitian selanjutnya.
3. Diharapkan pada penelitian berikutnya peneliti menggunakan variable lain untuk menguji *Brand Loyalty* seperti variable korelasi.
4. Diharapkan perusahaan mampu memperkenalkan lebih mendalam kepada konsumen agar konsumen lebih loyal terhadap produk perusahaan tersebut.
5. Diharapkan perusahaan lebih berinovasi dalam promosi karena merupakan produk baru ,sehingga konsumen lebih setia dalam memilih produk Teh Sepak Bola.