

---

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Simpulan penelitian dimaksudkan untuk mempermudah pemahaman mengenai hasil dari penelitian ini. Dalam sub bab ini akan dipaparkan secara singkat mengenai hasil penelitian. Hasil pengujian hipotesis dan didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antar variabel dalam empat interaksi hubungan. Hubungan antar variabel yang dimaksud antara lain:

1. *Brand community affect* berpengaruh positif pada *brand community commitment*
2. *Brand community trust* berpengaruh positif pada *brand community commitment*
3. *Brand community commitment* berpengaruh positif pada *repurchase intention*
4. *Brand community commitment* berpengaruh positif pada *word of mouth*
5. *Brand community commitment* berpengaruh negatif pada *constructive complaint*

#### 5.2 Saran.

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil sampel dari komunitas otomotif yang berbeda dan mungkin bisa mengambil sampel diluar dari komunitas-komunitas otomotif. Yaitu komunitas yang mempunyai hubungan erat dengan perusahaan, seperti komunitas *game*, olahraga dan lain-lain. Sehingga dapat memperluas hasil dari penelitian tersebut dan dapat digunakan sebagai perbandingan dari hasil penelitian ini.

---

2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas dari anggota Grand Avega Community (GRAVITY) cukup tinggi, maka perusahaan disarankan untuk menjaga ataupun meningkatkan kepercayaan serta komitmen dari para anggota komunitas. Menurut Jang *et al.*, (2008) konsep komitmen digunakan sebagai prediksi perilaku aktual anggota di komunitas online, seperti berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, menawarkan bantuan ke masyarakat, dan memecahkan masalah bagi orang lain. Mengingat peran komitmen dalam hubungan dengan perilaku aktual di masyarakat, komitmen harus diperlakukan sebagai faktor sikap yang ditekankan ketika anggota mengakui nilai hubungan berkelanjutan antara masyarakat dan dirinya sendiri.