

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, pembahasan dan analisa yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu mengenai pengaruh *Brand Characteristic*, *Company Characteristic*, dan *Consumer – Brand Characteristic* terhadap *Brand Loyalty*, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Brand Characteristic* tidak mempengaruhi *Brand Loyalty*.
2. *Company Characteristic* mempengaruhi *Brand Loyalty* sebesar 2,59% sedangkan 98,41% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
3. *Consumer Brand Characteristic* tidak mempengaruhi *Brand Loyalty*.
4. Secara keseluruhan atau simultan *Brand Characteristic*, *Company Characteristic*, dan *Consumer – Brand Characteristic* mempengaruhi *Brand Loyalty* pada tingkat sig 10% yaitu sebesar 2,00% sedangkan sisanya 98,00% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi dalam usaha meningkatkan *Brand Loyalty* yaitu sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan harus mempertahankan dan membangun kepercayaan sebagai merek favorit maupun sebagai merek yang sesuai dengan harapan konsumen, haruslah dapat lebih memperhatikan para konsumennya seperti mendengarkan saran dan kritik dari konsumen sebagai evaluasi perusahaan dimasa yang mendatang. Perusahaan juga harus mau melakukan perubahan sesuai dengan keinginan konsumen, dengan begitu konsumen akan merasa dihargai oleh perusahaan
2. Kredibilitas EXOTICON di mata konsumen sudah baik dan diharapkan perusahaan bisa lebih membangun kepercayaan konsumen lewat produk-produk yang dihasilkan dengan begitu konsumen percaya bahwa perusahaan tidak menipu para konsumennya.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *company characteristic* tidak berpengaruh pada *brand loyalty* dengan begitu perusahaan EXOTICON harus lebih memperhatikan para pelanggannya dengan meyakinkan produk yang dihasilkannya maka pelanggan yakin bahwa perusahaan tidak menipu pelanggannya.

5.3 Kelemahan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain :

1. Hasil kuesioner tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya, itu semua tergantung responden yang mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh atau hanya sekedar mengisi tanpa membaca pertanyaan dalam kuesioner.
2. Dari hasil uji data tidak memenuhi asumsi normalitas