

BAB V

KESIMPULAN

Kesimpulan dan saran merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

5.1. Kesimpulan

1. Melalui penyebaran 150 kuesioner kepada pelanggan sandal merek Crop Mountain dapat diketahui bahwa seluruh responden (100%) merupakan pemakai produk sandal merek Crop Mountain. Pada penelitian ini terdapat pengaruh *Trust in a Brand* terhadap *Brand loyalty*, pada penelitian ini *Trust in a Brand* terbagi menjadi tiga bagian yaitu *Brand Characteristics*, *Company Characteristics* dan *Consumer-Brand Characteristics*. Setelah diteliti ternyata terdapat pengaruh *Brand characteristics* dan *consumer Brand Characteristics* terhadap *Brand loyalty*, sedangkan *company Characteristics* tidak berpengaruh terhadap *Brand Loyalty*.
2. Melihat tabel jawab responden, ternyata terdapat pengaruh *Trust in a Brand* terhadap *Brand Loyalty*. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa hasil dari *adjusted R square* 0,529 atau 52,9% *Trust in a Brand* mempengaruhi *Brand Loyalty* dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti *Brand Awareness* sebesar 0,471 atau 47,1%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan satu merek produk saja yaitu sandal merek Crop Mountain
2. Dalam penelitian ini hanya pelanggan sandal merek Crop Mountain sajalah yang menjadi responden, sehingga pada penelitian ini terdapat kekurangan variasi di dalam jawaban responden.

5.3 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan di atas antara lain:

1. Diharapkan pada penelitian mendatang sebaiknya menggunakan merek produk yang lebih banyak digunakan dalam penelitian seperti merek Eiger, Nike, Adidas, Puma, Fila, dan Reebok.
2. Sebaiknya pada penelitian mendatang tidak hanya menggunakan pelanggan di toko sandal Crop Mountain saja sebagai responden, melainkan di toko-toko lain yang menjual berbagai macam merek dan jenis sandal atau bisa juga dengan khalayak umum atau pasar swalayan, bahkan bisa juga di mall yang terdapat outlet yang menjual alas kaki seperti PVJ, Ciwalk, IP, BIP, dan lain-lain. Dapat juga menggunakan konsumen yang membeli alas kaki secara online untuk dijadikan responden agar mendapatkan jawaban yang lebih bervariasi sehingga dapat lebih mendukung penelitian selanjutnya.