

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap “analisis pengaruh Brand Trust terhadap Brand Loyalty pengguna Handphone Nokia dan Sonny Ericsson” Maka peneliti mendapatkan bahwa Brand Trust mempengaruhi Brand loyalty pada tiap-tiap merek handphone Nokia dan Sonny Ericsson tersebut. Namun tidak ada beda pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pada pengguna Nokia Dan Sonny Ericsson.

5.2 Implikasi Penelitian atau Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapatlah kiranya diberikan saran sebagai berikut:

- Untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen sebaiknya perusahaan juga memberikan informasi kepada konsumen apa adanya tanpa ada yang dirahasiakan. Contoh: ketika ada konsumen yang bertanya mengenai keunggulan dan kelemahan apa yang ada pada suatu produk, maka sebaiknya perusahaan memberikan informasi apa adanya. Jelaskanlah kelebihanannya serta kekurangannya tanpa harus dilebih-lebihkan atau bahkan tidak jujur didalam memberi penjelasan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti dalam meneliti hanya menggunakan dua merek produk untuk dibandingkan.
2. Dalam penelitian ini hanya mahasiswa dan mahasiswi sajalah yang menjadi responden sehingga pada penelitian ini kurangnya variasi didalam jawaban responden

5.4 Saran Untuk Peneliti Mendatang

1. Diharapkan pada penelitian mendatang sebaiknya menggunakan merek produk yang lebih banyak didalam membandingkan.
2. Sebaikny pada penelitian memdatang sebaiknya tidak hanya menggunakan Mahasiswa dan Mahasiswi sebagai responden, melainkan orang-orang yang sudah kerja juga dijadikan responden supaya mendapatkan jawaban yang lebih bervariasi.