

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab IV tentang pengaruh *trust in a brand* terhadap *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *trust in a brand* yang meliputi *brand characteristic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga.
2. Besarnya pengaruh *trust in a brand* terhadap *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga adalah sebagai berikut:
 - a. *Brand characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0,085 yang berarti setiap peningkatan *brand characteristic* sebesar 1 satuan maka *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga akan mengalami peningkatan sebesar 0,085 satuan.
 - b. *Company characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0,163 yang berarti setiap peningkatan *company characteristic* sebesar 1 satuan maka *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga akan mengalami peningkatan sebesar 0,163 satuan.
 - c. *Consumer-brand characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0,278 yang berarti setiap peningkatan *consumer-brand characteristic* sebesar 1 satuan

maka *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga akan mengalami peningkatan sebesar 0,278 satuan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki keterbatasan, demikian halnya dengan penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya menggunakan variabel *trust in a brand* dalam mengukur *brand loyalty*.
2. Penelitian hanya menggunakan salah satu *provider* telekomunikasi selular yaitu PT Excelcomindo Pratama Tbk.
3. Penelitian hanya dilakukan di sekitar kota Salatiga.

5.3. Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas maka untuk penelitian selanjutnya, hal yang perlu diperhatikan adalah:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi *brand loyalty*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan *provider* telekomunikasi selular lainnya disamping PT Excelcomindo Pratama Tbk.
3. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di beberapa kota, dan beberapa tempat seperti *mal*, *department store*, sekolah, dan lain-lain.