

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai seberapa besar pengaruh *Brand Trust* (X) terhadap *Brand Loyalty* (Y), maka penulis dalam bab ini akan mencoba menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan atas uraian yang telah penulis kemukakan dalam bab sebelumnya.

1. Dilihat dari karakteristik jenis kelamin, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin pria lebih dominan mengkonsumsi Indomie dibandingkan responden yang berjenis kelamin wanita.
2. Dilihat dari karakteristik umur, diketahui bahwa responden yang berumur “15 sampai dengan 25 tahun”, dominan melakukan pembelian Indomie dibandingkan yang lain., dapat disimpulkan bahwa umur tersebut adalah umur yang mana lebih sering mengkonsumsi Indomie.
3. Dilihat dari karakteristik pernah atau tidak melakukan pembelian Indomie, 100% responden pernah melakukan pembelian Indomie.
4. Dilihat dari uji validitas beberapa item dinyatakan valid dengan menunjukkan bahwa besarnya KMO adalah 0,647 ; 0,559 ; 0,674 dan variabel Y sebesar 0,574 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti datanya mencukupi untuk proses lebih lanjut.

5. Dilihat dari uji reliabilitas beberapa instrumen dinyatakan reliabel karena lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha*.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek *Brand Trust* (X) dinilai oleh mayoritas responden sebanyak 74 orang atau 49% dalam kategori tinggi, dan paling sedikit sebanyak 5 orang atau 3% termasuk dalam kategori rendah.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek *Brand Loyalty* (Y) dinilai oleh mayoritas responden sebanyak 97 orang atau 65% termasuk dalam kategori tinggi, dan paling sedikit sebanyak 6 orang atau 4% termasuk dalam kategori rendah
8. Hasil Analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, dengan tingkat kekuatan hubungan yang sedang dari *Brand Trust* (X) terhadap *Brand Loyalty* (Y) yaitu sebesar 19,89%, sedangkan 80,11% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diamati.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian yang seharusnya, namun masih terdapat beberapa keterbatasan penelitian dalam pelaksanaannya antara lain:

1. Variabel yang masih sedikit sehingga membuat penelitian tidak maksimal dan tidak bisa meneliti bagian lain hanya dari satu variabel saja.
2. Responden yang membantu mengisi kuesioner belum maksimal jumlahnya sehingga tidak dapat mencapai keseluruhan konsumen Indomie

5.3 Saran

5.3.1 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan Indomie sebagai berikut:

1. Disarankan bagi Perusahaan Indomie mengkaji ulang lagi tentang pandangan konsumen tentang Indomie, karena dengan penelitian yang saya teliti ada pandangan negatif tentang Indomie.
2. Disarankan bagi Perusahaan Indomie untuk melakukan suatu riset dengan maksud agar dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen terhadap Indomie itu sendiri.

5.3.2 Saran Penelitian yang Akan Datang

Saran-saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang, antara lain meliputi:

1. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini memengaruhi *Brand Loyalty* sebesar 19,89% sedangkan sisanya sebesar 80,11% dipengaruhi oleh faktor lain, yang tidak di teliti. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda dengan peneliti, atau dapat juga menambahkan variabel-variabel baru ke dalam penelitian.

2. Selain alternatif yang telah disebutkan sebelumnya, hendaknya penelitian mendatang menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai Indomie.