

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian mengenai “Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Indomie di Universitas Kristen Maranatha”. Maka dapat ditrakir kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa *Brand trust* memiliki pengaruh pada produk Indomie. Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* memiliki pengaruh sebesar sebesar 67,2% sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi faktor lain.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian tentang *Brand Trust* yang secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*. Artinya seberapa besar kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek dapat mempengaruhi loyalitas atau kesetiaan pelanggan pada produk tersebut.

Untuk meningkatkan kepercayaan mereknya, ada beberapa hal yang perlu dievaluasi oleh produk Indomie, antara lain:

1. Produk Indomie diharapkan berinovasi dengan produk mie instan yang aman dikonsumsi berulang-ulang dan bergizi bagi kebutuhan tubuh manusia.
2. Indomie diharapkan lebih mempromosikan tentang keamanan produk Indomie untuk dikonsumsi sehingga pelanggan lebih merasa aman dan percaya pada produk Indomie

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Responden yang dipilih hanya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
2. Penelitian ini hanya mengidentifikasi *Brand Trust*, yang mempengaruhi *Brand Loyalty* pada produk Indomie.

5.4 Saran

Setelah mengolah, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan, penulis mencoba mengajukan beberapa saran bagi perusahaan Indomie dalam upaya meningkatkan kualitas *Brand Trust* yang diharapkan dapat menciptakan *Brand Loyalty* yang lebih tinggi lagi, diantaranya:

1. Perusahaan Indomie diharapkan dapat berinovasi dengan produk mie Instan yang aman dikonsumsi terus menerus dan aman dikonsumsi dalam jangka panjang.
2. Perusahaan Indomie pun dapat mengadakan survei terhadap *Brand Loyalty* yang ada pada perusahaan mie Instan lain khususnya perusahaan yang saat ini dianggap memiliki kualitas baik, sehingga dapat menerapkannya di Perusahaan Indomie agar kualitas produk Indomie semakin dipercaya dan menjadi lebih baik.

Dalam Penelitian ini juga dapat ditarik beberapa saran penting untuk peneliti di masa mendatang, antara lain:

1. Sebaiknya yang menjadi responden tidak hanya mahasiswa tetapi masyarakat umum, sehingga bisa memberikan hasil yang lebih akurat.
2. Bagi peneliti selanjutnya juga bisa meneliti produk Mie instan yang memiliki *Brand Loyalty* yang tinggi. Dengan begitu bisa memiliki perbandingan *brand Loyalty* yang lebih jelas.

