

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, tentang Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Aqua. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Merek Aqua. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar 10,584 dengan nilai sig sebesar 0,000 yang dimana nilai lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang pernah mengonsumsi AMDK merek Aqua tiga kali dalam jangka waktu satu minggu.
2. Penelitian ini hanya meneliti variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.
3. Penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dapat meningkatkan kepercayaan merek dari berbagai faktor lain seperti meningkatkan kualitas produk, keamanan, membuat iklan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap AMDK merek Aqua dan akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Bagi akademis, mengembangkan penelitian dengan mencari faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas merek seperti citra merek, kualitas produk, iklan dan promosi. Penelitian yang akan datang dapat menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode yang lain seperti wawancara mendalam terhadap konsumen, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi.