

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan dan saran untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu: Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Minuman Probiotik Yakult Di Palembang, maka simpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian melalui pengolahan data dan pembahasan tentang perusahaan Yakult diukur dari variabel kepercayaan merek yang terdiri dari karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek konsumen yang berpengaruh terhadap loyalitas merek, maka dapat ditarik simpulan antara lain :

1. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif dari tiga variabel kepercayaan merek (*Brand Trust*) yang memiliki rata-rata skor paling tinggi adalah variabel karakteristik merek konsumen, Sedangkan yang paling rendah adalah variabel karakteristik perusahaan (*Company Characteristic*).
2. Berdasarkan hasil analisis linier berganda yang telah dilakukan, diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresinya adalah positif, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik merek (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas Merek (Y), hal ini berarti semakin tinggi karakteristik merek maka semakin tinggi loyalitas merek
2. Karakteristik perusahaan (X2) kurang berpengaruh terhadap loyalitas merek (Y).
3. Karakteristik merek konsumen (X3) berpengaruh positif terhadap loyalitas merek (Y), hal ini berarti bahwa
3. Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t variabel yang paling dominan mempengaruhi adalah variabel Karakteristik merek (X1).
4. Berdasarkan hasil uji determinasi yang telah dilakukan, maka korelasi antara variabel independen yaitu karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek konsumen terhadap loyalitas merek adalah kuat.

## A. Saran

Berdasarkan dari simpulan yang dikemukakan, maka adapun saran-saran yang diberikan yaitu:

1. Perusahaan Yakult Honsha Co Ltd dan PT Yakult Indonesia Persada ataupun distributor Yakult yang berada di Palembang harus meningkatkan karakteristik perusahaan yang merupakan variabel independen yang paling lemah dari ketiga variabel kepercayaan merek yang lain yakni dengan cara:
  - a. Mengadakan *event-event* yang menarik di Palembang dan di tiap-tiap kota yang mempunyai distributor ataupun cabang PT Yakult Indonesia Persada.
  - b. Meningkatkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan mengadakan kegiatan-kegiatan sosial. Sehingga dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan masyarakat dan pelanggan.
  - c. Perusahaan dapat membuat iklan tentang pabrik Yakult tersebut dari tahapan Yakult dibuat hingga sampai di tangan konsumen atau sejarah berdirinya perusahaan yakult sehingga konsumen lebih yakin akan integritas perusahaan Yakult.
2. Perusahaan Yakult Honsha Co Ltd dan PT Yakult Indonesia Persada ataupun distributor Yakult yang berada di Palembang harus terus mempertahankan variabel independen karakteristik merek yang telah memiliki reputasi yang cukup baik. Sehingga konsumen akan tetap percaya pada produk minuman yakult.

3. Perusahaan Yakult Honsha Co Ltd dan PT Yakult Indonesia Persada ataupun distributor Yakult yang berada di Palembang juga harus mempertahankan variabel karakteristik konsumen yakni dengan mengiklankan produk mereka dengan cara dapat membuat konsumen merasa tetap memiliki gambaran diri yang sama dengan produk Yakult.
4. Perusahaan Yakult Honsha Co Ltd dan PT Yakult Indonesia Persada ataupun distributor Yakult yang berada di Palembang dapat meningkatkan atau mempertahankan variabel loyalitas merek sehingga para konsumen dapat tetap setia akan produk Yakult yang mereka konsumsi.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengkaji lebih mendalam seperti penambahan variabel independen lainnya atau melakukan studi kasus. Sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.