

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil dari semua data yang telah diuji yaitu (uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji t, dan uji f, serta uji keefisien determinasi) yang dianalisis secara mendetail. Bab ini berisi simpulan, keterbatasan dalam penelitian, dan saran untuk semua pihak.

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan dibawah ini:

1. Legitimasi tidak berpengaruh positif
2. Loyalitas merek oposisi berpengaruh positif
3. Merayakan sejarah merek berpengaruh positif
4. Berbagi cerita merek berpengaruh positif
5. Integrasi dan mempertahankan anggota tidak berpengaruh positif
6. Membantu dalam penggunaan merek tidak berpengaruh positif
7. Secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa keenam variabel independen dari *brand community* yaitu legitimasi (X1), loyalitas merek oposisi (X2), merayakan sejarah merek (X3), berbagi cerita merek (X4), integrasi dan mempertahankan anggota (X5), dan membantu dalam penggunaan merek (X6) berpengaruh terhadap loyalitas merek (Y) dengan kontribusi 28,9%.

B. Saran

1. Saran bagi perusahaan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, yang harus bahan pertimbangan bagi pihak Toyota Avanza adalah :

- a. Produsen Toyota Avanza sebaiknya bisa menunjukkan diferensiasi produknya, sehingga produk tersebut memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan jenis mobil lainnya, mengingat ketatnya persaingan industri otomotif menyebabkan *consumer* sulit membedakan karakteristik dari masing-masing produk jenis mobil yang ada.

- b. Produsen Toyota Avanza harus lebih optimal dalam menggarap atau mengedukasi target marketnya, seperti banyak mengadakan event-event olahraga, musik atau pendidikan secara terus menerus sehingga dapat meningkatkan loyalitas merek terhadap produk tersebut. Serta lebih peduli dan memperhatikan sektor komunitas mobil Toyota Avanza yang selama ini masih didirikan oleh *consumer*.

2. Saran Bagi Penelitian

Bagi pihak yang berminat dengan penelitian sejenis atau mengembangkan penelitian lebih lanjut, hendaknya untuk memperhatikan hal-hal berikut:

1. Loyalitas merek dan *brand community* memiliki hubungan yang signifikan. Bagi peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan hal-hal yang lebih spesifik antara kedua variabel yang saling berhubungan, baik loyalitas merek maupun *brand community* ataupun melakukan penelitian komparatif.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas lagi dari penelitian terdahulu yang belum sempat diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas merek.