

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Kepercayaan atas merek yang terdiri dari variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada konsumen minuman probiotik Yakult.
2. Karakteristik merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.
3. Karakteristik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.
4. Karakteristik merek konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang penulis sampaikan adalah :

1. PT Yakult Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan atas merek yang terdiri dari variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada konsumen

minuman probiotik Yakult, dengan demikian PT Yakult Indonesia dalam upaya meningkatkan loyalitas merek, pihak perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan atas merek yang terdiri dari karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek konsumen. Meskipun Yakult adalah pelopor minuman probiotik, namun kehadiran merek lain yang menghadirkan produk minuman probiotik dapat memberikan pilihan terhadap konsumen sehingga loyalitas menjadi sangat penting dimiliki oleh merek. Loyalitas pelanggan tidak hanya akan mempertahankan pelanggan yang ada namun juga bisa menarik pelanggan baru dan pelanggan yang beralih merek.

## 2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Saran untuk penelitian kepercayaan atas merek selanjutnya yaitu objek penelitian dapat dengan menggunakan beberapa kategori produk dan berbagai kategori merek, tidak hanya untuk satu merek saja. Untuk penelitian selanjutnya juga bisa dilakukan pada produk-produk tak berwujud seperti jasa, perbankan, pengiriman barang, jasa telekomunikasi, dan lain-lain. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan akan mempunyai tingkat generalisasi yang tinggi.

## C. Keterbatasan penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini terbatas pada jumlah sampel atau respondennya yang berjumlah 95 responden dan diambil di satu lokasi yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang menjadikan

responden yang diambil kemungkinan kurang variatif. Dalam penelitian ini juga hanya menggunakan satu produk atau merek saja yang diteliti sehingga tidak dapat membandingkan antara produk yang satu dengan yang lain.