

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada tingkat loyalitas merek. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Karakteristik merek (X_1), Karakteristik perusahaan (X_2), dan Karakteristik konsumen-merek (X_3) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Tingkat loyalitas merek (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis faktor dan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Berdasarkan analisis faktor menggunakan rotasi varimax dari 15 indikator yang masuk dalam rotasi faktor terdapat 3 faktor utama yaitu Karakteristik Konsumen-Merek (F_1), Karakteristik Perusahaan (F_2), dan Karakteristik Merek (F_3)
2. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap Tingkat loyalitas merek dilakukan dengan pengujian F. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,455, sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 2,697. Hal tersebut berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Tingkat Loyalitas Merek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan

bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Tingkat Loyalitas Merek dapat diterima.

3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas Karakteristik Konsumen-Merek (X1), Karakteristik Merek (X2), dan Karakteristik Perusahaan (X3) terhadap Tingkat loyalitas merek dilakukan dengan pengujian uji t. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa semua variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Tingkat Loyalitas Merek.
4. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Karakteristik Perusahaan mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Karakteristik Perusahaan mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel karakteristik perusahaan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Tingkat Loyalitas Merek.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Karakteristik Perusahaan, karena variabel Karakteristik Perusahaan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Tingkat Loyalitas Merek, diantaranya yaitu dengan

meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga tingkat loyalitas merek akan meningkat.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Tingkat Loyalitas Merek diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

