

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada loyalitas merek. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel kepercayaan merek (X_1) dan komitmen merek (X_2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah loyalitas merek (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap loyalitas merek dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37,215, sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 3,129, Hal tersebut berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas merek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel loyalitas merek dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (kepercayaan merek(X_1) dan komitmen merek (X_2) terhadap loyalitas

merek dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat dua variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek yaitu kepercayaan merek dan komitmen merek

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel komitmen merek mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel komitmen merek mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel komitmen merek mempunyai pengaruh yang dominan terhadap 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 Aqua dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen agar tercipta komitmen merek didalam benak konsumen, karena variabel komitmen merek mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas merek, diantaranya yaitu dengan tetap menjaga kualitas produk dan selalu mengembangkan inovasi produk sehingga loyalitas merek akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi 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.

