

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik **IBIKKS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Brand Trust terhadap Brand Loyalty Mie Instan Indomie di Jakarta Utara serta memperoleh analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa Brand Trust berpengaruh terhadap Brand Loyalty Mie Instan Indomie.
2. Diketahui bahwa mie instan Indomie memiliki *brand reputation*, *brand predictability*, *brand competence*, *brand liking* dan *trust in company* yang baik.

B. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran untuk perusahaan dan peneliti berikutnya:

1. Sebaiknya perusahaan terus meningkatkan kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan konsumen yang sudah loyal. Perusahaan juga perlu untuk mengadakan sebuah inovasi untuk dapat menarik konsumen yang belum loyal menjadi konsumen loyal.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti *product quality* atau *perceived quality* dan mengaitkannya dengan variabel *brand loyalty*.

