



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian tentang pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap kesetiaan merek Buavita periode Oktober 2013 sampai Desember 2013, maka dapat disimpulkan bahwa :

Brand Image terbukti dapat mempengaruhi *Brand Loyalty* dan dimensi-dimensinya.

Brand Trust terbukti dapat mempengaruhi *Brand Loyalty* dan dimensi-dimensinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada dan hasil penelitian yang diperoleh dari Bab IV, maka beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

a. Walaupun citra merek Buavita sudah baik dibenak konsumen tetapi Buavita harus terus mewaspadai munculnya pesaing-pesaing baru atau pesaing yang sudah ada.

b. Buavita harus senantiasa mempertahankan citra merek yang sudah tercipta dalam benak konsumen, agar konsumen bisa terus setia dalam melakukan pembelian Buavita dan tidak berpindah ke merek lain.

c. Kepercayaan yang telah didapatkan Buavita dari konsumennya harus terus dipertahankan.

Buavita harus terus melakukan evaluasi terhadap kandungan vitamin pada Buavita agar konsumen semakin percaya, bahwa Buavita memang mengandung vitamin yang dibutuhkan dan aman bagi kesehatan.

1. Dilarang menyalin atau sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Buavita juga sebaiknya menyampaikan jangka waktu konsumen bisa merasakan manfaat vitamin dari Buavita. Karena memang sulit untuk merasakan manfaat vitamin dari Buavita dalam jangka waktu yang singkat.

Buavita harus terus melakukan inovasi dalam hal rasa, karena mayoritas konsumen memilih Buavita karena menyukai rasanya yang enak. Jadi jika Buavita terus berinovasi dalam hal rasa akan sulit bagi konsumen setia Buavita beralih pada merek lain.

2. Bagi Pihak yang Ingin Meneliti

Penelitian ini hanya terbatas pada variabel citra merek, kepercayaan merek dan kesetiaan merek serta dimensi-dimensinya. Oleh karena itu, penulis meyarankan agar menambah variabel-variabel penelitian lain seperti kualitas produk, ekuitas merek dan lain sebagainya agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau tulisan yang dicantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.