

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* serbuk jelly Nutrijell, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1.) Konsumen berada pada kisaran setuju bahwa *Brand Image* yang dimiliki oleh serbuk jelly Nutrijell adalah baik.
- 2.) Konsumen berada pada kisaran setuju bahwa *Brand Trust* yang dimiliki oleh serbuk jelly Nutrijell adalah baik.
- 3.) Konsumen berada pada kisaran setuju bahwa *Brand Loyalty* yang dimiliki oleh serbuk jelly Nutrijell adalah baik.
- 4.) *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* serbuk jelly Nutrijell.
- 5.) *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* serbuk jelly Nutrijell. *Brand Trust* lebih berpengaruh pada *Brand Loyalty* daripada *Brand Image*.



## B. Saran

**C Halocipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, peneliti memiliki beberapa saran, sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

- a. PT. Forisa Nusapersada masih perlu meningkatkan *Brand Image* produk serbuk jelly Nutrijell di mata konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan beberapa cara, antara lain ikut serta dalam kegiatan pelestarian lingkungan, sehingga konsumen merasa Nutrijell adalah merek yang peduli dengan lingkungan. Menambah kandungan serat pada produk, sehingga *Brand Competence and Benefit* yang dimiliki produk bisa lebih di *notice* oleh konsumen.
- b. PT. Forisa Nusapersada juga perlu untuk mempertahankan *Brand Trust* yang dimiliki oleh produk serbuk jelly Nutrijell. Perusahaan perlu menjaga rasa percaya yang dimiliki konsumen bahwa produk serbuk jelly Nutrijell aman dikonsumsi, dan dapat menghasilkan jelly yang berkualitas.
- c. PT. Forisa Nusapersada juga masih perlu meningkatkan *Brand Loyalty* produk serbuk jelly Nutrijell. Beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan antara lain: intensitas pembelian, dan kecintaan konsumen terhadap merek (*Attitudinal, dan Cognitive Loyalty.*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mencari variabel lain agar didapatkan variabel apa saja yang berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* serbuk jelly Nutrijell.
- b. Diharapkan dapat melakukan penelitian serupa di wilayah yang berbeda agar mendapatkan hasil yang dapat dibandingkan dan di analisa dengan penelitian ini.
- c. Diharapkan mampu memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.