



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian tentang pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap kesetiaan merek AQUA pada periode Oktober sampai Desember 2015, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand Image* AQUA terbukti dapat mempengaruhi *Brand Loyalty* konsumen AQUA.
2. *Brand Trust* AQUA terbukti dapat mempengaruhi *Brand Loyalty* konsumen AQUA.

#### B. Saran

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

- a. Walaupun citra merek AQUA sudah baik dibenak konsumen tetapi AQUA harus terus mewaspadaai munculnya pesaing-pesaing baru atau pesaing yang sudah ada.
- b. AQUA harus senantiasa mempertahankan citra merek yang sudah tercipta dalam benak konsumen, agar konsumen bisa terus setia dalam melakukan pembelian AQUA dan tidak berpindah ke merek lain.
- c. AQUA lebih meningkatkan dan memperbanyak program-program sosial untuk menjaga dan menjalin hubungan dengan para konsumennya agar

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.

citra merek AQUA tetap baik di mata para konsumen. Dari program sosial seperti ini AQUA juga dapat mendapatkan beberapa keuntungan seperti adanya pelanggan baru, membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan serta meningkatkan penjualan produk.

- d. Kepercayaan yang telah didapatkan AQUA dari konsumennya harus terus dipertahankan. AQUA harus terus melakukan evaluasi pada produk-produknya agar konsumen semakin percaya pada merek AQUA.
- e. Pemasar AQUA harus dapat mempertahankan kepercayaan konsumen dengan menjaga kualitas produknya serta mampu memberikan solusi apabila konsumen mengalami masalah pada merek AQUA.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



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.