

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh *Consumer Brand Identification* dalam memediasi hubungan *Brand Prestige* dan *Memorable Brand Experience* terhadap *Brand Advocacy* pada Baskin Robbins di DKI Jakarta. Diuraikan sebagai berikut :

1. *Brand Prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Brand Identification*. Dengan demikian, jika *Brand Prestige* meningkat maka *Consumer Brand Identification* juga akan meningkat
2. *Brand Prestige* secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Advocacy*. Sehingga dapat disimpulkan jika *Brand Prestige* meningkat maka *Brand Advocacy* juga akan meningkat.
3. *Memorable Brand Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Brand Identification*. Dengan demikian, jika *Memorable Brand Experience* meningkat maka *Consumer Brand Identification* juga akan meningkat
4. *Memorable Brand Experience* secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Advocacy*. Dengan demikian jika *Memorable Brand Experience* meningkat maka *Brand Advocacy* juga meningkat.

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.



5. *Consumer Brand Identification* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Advocacy*. Sehingga dapat disimpulkan jika *Consumer Brand Identification* meningkat maka *Brand Advocacy* juga meningkat.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Baskin Robbins

Saran saya terhadap perusahaan Baskin Robbins adalah agar perusahaan dapat terus mempertahankan serta meningkatkan apapun yang sudah dicapai sampai saat ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Brand Prestige* berada di kisaran setuju, yang berarti konsumen Baskin Robbins sudah merasakan bahwa merek Baskin Robbins tersebut bergengsi. Sedangkan untuk *Memorable Brand Experience*, *Consumer Brand Identification*, dan *Brand Advocacy* masih berada di kisaran netral dan perlu ditingkatkan untuk kedepannya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis yang akan datang diharapkan dapat melakukan lebih spesifik dari pada penulis sekarang, dapat dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara *online* sehingga hasil yang diperoleh dapat mewakili semua kalangan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada

*Brand Prestige, Memorable Brand Experience, Consumer Brand Identification, dan Brand Advocacy.* Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain, sehingga penelitian dapat menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang baik.

**© 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.

