



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh *brand repositioning* Victoria's Secret terhadap loyalitas pelanggan remaja perempuan di Kelapa Gading dengan hasil analisis deskriptif, yaitu nilai rata-rata tertimbang *brand repositioning* sebesar 4,11 pada rentang skala "setuju" yang berarti responden setuju dengan pernyataan setiap dimensi variabel *brand repositioning*.

Kemudian, nilai rata-rata tertimbang loyalitas pelanggan remaja perempuan di Kelapa Gading sebesar 4,14 yang menunjukkan pada rentang skala "setuju" yang berarti responden setuju dengan pernyataan setiap dimensi variabel loyalitas pelanggan.

Berdasarkan survei eskplanatori menunjukkan bahwa *brand repositioning* Victoria's Secret berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan remaja perempuan di Kelapa Gading. Sehingga dapat dikatakan bahwa *repositioning* sebuah merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut, yang dalam penelitian ini merek yang diteliti adalah Victoria's Secret.

#### B. Saran

Di akhir kata, penulis memberikan beberapa saran yaitu pertama, bagi Victoria's Secret agar memperhatikan konsep merek mereka sebagai salah satu motivasi bagi pelanggan dan masyarakat dalam melihat tren di masa kini ini. Dilihat berdasarkan hasil penelitian bahwa *brand repositioning* Victoria's Secret tetap mempengaruhi secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga

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.



Victoria's Secret memiliki peran yang penting dalam memberikan pandangan baru kepada masyarakat terutama pelanggan setia.

Kedua, penulis juga memberikan saran terhadap peneliti selanjutnya, bahwa berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini karena menggunakan indikator yang merupakan hasil pemikiran dari penulis sendiri serta pernyataan dalam variabel yang kurang jelas sehingga dapat menyebabkan ambiguitas pada responden.

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah *brand repositioning* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat memperbaiki serta mengembangkan dan meneliti faktor lain sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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