



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 dari hasil analisis dan pengujian hipotesis tentang Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Experience* Terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone Apple* Seri *iPhone 12*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand trust* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *smartphone Apple* seri *iPhone 12*.
2. *Brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *smartphone Apple* seri *iPhone 12*.

B Saran

Berdasarkan kesimpulan berikut, maka terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar perusahaan *brand Apple* dapat meningkatkan *brand trust* konsumen dengan memenuhi kebutuhan, memberikan rasa aman dan percaya dalam menggunakan *brand Apple* yang berkualitas dengan meningkatkan fitur – fitur produk dan meningkatkan promosi.
2. Peneliti menyarankan agar perusahaan *brand Apple* dapat mempertahankan dan meningkatkan *brand experience* sehingga menciptakan minat beli ulang dari konsumen *brand Apple*.

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.