



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh *brand identity* terhadap *brand loyalty* melalui *brand image* dan *brand trust* produk Yamaha yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel *brand identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada produk Yamaha. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand identity* sebuah perusahaan maka *brand image* yang terbentuk dalam pandangan konsumen juga akan baik atau tinggi.
2. Variabel *brand identity* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *brand trust*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand identity* sebuah perusahaan maka *brand trust* yang terbentuk dalam pandangan konsumen juga akan baik atau tinggi.
3. Variabel *brand identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* secara tidak langsung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *brand identity* maka, semakin tinggi pula *brand loyalty* dalam pandangan konsumen. Dan adanya niat konsumen untuk membeli kembali produk Yamaha.
4. Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* pada produk Yamaha. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand image* sebuah perusahaan maka *brand trust* yang terbentuk dalam pandangan konsumen juga akan baik atau tinggi.
5. Variabel *brand image* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *brand loyalty*. Hal ini dapat

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



diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand image* sebuah perusahaan maka akan membentuk *brand loyalty*.

6. Variabel *brand trust* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *brand loyalty*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik atau tinggi *brand trust* sebuah perusahaan maka akan membentuk *brand loyalty*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

PT Yamaha Indonesia Motor Mfg diharapkan terus mempertahankan pelayanan dan kualitas yang sudah ada bahkan lebih ditingkatkan sehingga semakin banyak konsumen yang percaya pada produk Yamaha dan akan membeli kembali produk-produk Yamaha. Selain itu, Yamaha diharapkan dapat membuat inovasi-inovasi baru dengan model yang mengikuti perkembangan zaman, dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Dikarenakan dari hasil pernyataan *brand identity* tentang logo dan slogan Yamaha yang unik dibandingkan dengan kompetitor sebagian besar responden menjawab netral. Hal ini menyatakan bahwa masih kurangnya identitas Yamaha di benak konsumen. Oleh sebab itu diharapkan Yamaha dapat terus meningkatkan kualitas serta design yang lebih menarik. Yamaha masih diragukan dalam ketahanannya dalam berbagai kondisi, hal ini terlihat dari salah satu indikator brand image tentang kekuatan produk, maka Yamaha perlu meningkatkan kekuatan mesin dan fitur produknya. Demikian juga citra merek serta kepercayaan terhadap merek harus ditingkatkan mengingat kedua variable

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.

ini menjadi variable yang mendorong loyalitas merek (keinginan membeli kembali) terhadap produk Yamaha.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara *online* sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili semua kalangan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan dengan menambah variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, strategi pemasaran, *customer satisfaction*, persepsi konsumen, dan lainnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.

© 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.