

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk dan *brand Trust* terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian deskriptif dapat disimpulkan bahwa *Brand Image*, Inovasi Produk dan *brand Trust* termasuk dalam klasifikasi penilaian tinggi. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel *Brand image* sebesar 4,11, variabel Inovasi Produk sebesar 4,14, variabel *Brand Trust* sebesar 4,03 dan variabel *Brand Loyalty* Sebesar 3,93.
2. *Brand Image* Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron. Hal ini berarti bahwa *Brand Image* mempunyai peranan dalam menunjang peningkatan loyalitas merek atau *brand loyalty* pada produk TV Polytron.
3. Inovasi Produk Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron. Hal ini berarti bahwa variabel Inovasi Produk mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan loyalitas merek atau *brand loyalty* pada produk TV Polytron.

4. *Brand Trust* Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron. Hal ini berarti bahwa variabel *Brand Trust* mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan loyalitas merek atau *brand loyalty* pada produk TV Polytron.
5. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *Brand Image*, Inovasi Produk dan *brand Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Dilihat dari kesimpulan bahwa *Brand Image*, Inovasi produk, *Brand Trust* dan *Brand Loyalty* di Toko Maju Jaya Pasar Sungailiat tergolong tinggi, maka saran dari peneliti adalah pihak Toko Maju Jaya harus terus meningkatkan keempat hal tersebut agar pihak Toko Maju Jaya terus mendapatkan kepercayaan dari Konsumen juga agar konsumen juga percaya dan terus mau bertahan untuk membeli produk TV polytron di Toko Maju Jaya.
2. Dilihat dari kesimpulan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, maka peneliti menyarankan agar Pihak Toko Maju Jaya terus melakukan Promosi terkait citra merek atau *Brand image* pada Produk TV polytron mungkin dengan cara membuat Brosur-

brosur Tentang Keunggulan TV Polytron Agar menarik konsumen Untuk membeli Produk TV polytron.

3. Dilihat dari kesimpulan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, maka peneliti menyarankan agar pihak Toko Maju Jaya terus Memberikan Informasi Kepada Konsumen mengenai Inovasi-inovasi pada Produk TV polytron agar menarik minat konsumen untuk membeli dan juga dapat menambah pengetahuan konsumen tentang inovasi yang dilakukan oleh Produsen TV Polytron .
4. Dilihat dari kesimpulan bahwa *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* Produk TV Polytron, maka peneliti menyarankan agar pihak Toko Maju Jaya terus menjaga kepercayaan konsumen dengan cara terus menjaga kualitas barang yang dijual dan selalu memeriksa kondisi barang yang akan dijual karena dengan terjaganya Kualitas Produk TV Polytron maka Konsumen akan Selalu Percaya Untuk membeli produk TV Polytron di Toko Maju Jaya .
5. Dilihat dari kesimpulan bahwa *Brand Image*, Inovasi Produk dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, maka peneliti menyarankan agar pihak Toko Maju Jaya terus mempertahankan keempat hal tersebut agar dapat terus melayani dengan baik sehingga Konsumen mendapatkan kepuasan saat mendapatkan pelayanan dari pihak Toko Maju jaya Pasar Sungailiat Kabupaten Bangka.
6. Kepada pihak konsumen hendaknya selalu memperhatikan tujuan, pesan maupun media dari penyampaian mengenai produk yang dilakukan oleh

produsen TV Polytron. Lihat apakah apa yang disampaikan dan ditunjukkan sesuai dengan kenyataan produknya. selain itu konsumen juga harus memperhatikan citra dari merek TV Polytron yang dipakai, Misalnya dari segi Kualitas. jika kualitas dari TV Polytron yang anda gunakan dirasa semakin menurun, maka opsi untuk beralih ke merek lain bisa dipertimbangkan. namun apabila kualitas dari merek TV Polytron yang anda pakai dirasa konsisten bahkan semakin baik, maka disarankan untuk tetap loyal dalam menggunakan merek TV Polytron yang anda gunakan saat ini.

7. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya instrument penelitian bisa lebih diperdalam lagi sehingga kemampuan mengukurnya semakin baik. selain itu di dalam penelitian selanjutnya bisa ditambahkan beberapa variabel baru terkait merek seperti *Brand Awareness* (pengetahuan tentang merek) atau *Brand association* (ingatan tentang merek).