

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada bagian akhir dari skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Secara lebih khusus penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand trust*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Panasonic memiliki citra merek yang baik dan positif dimata pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk merek Panasonic, dengan hal ini kepercayaan pelanggan akan terbentuk.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Panasonic memiliki citra merek yang baik dan positif, hal ini menyebabkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan semakin tinggi dengan begitu pelanggan akan secara terus menerus membeli dan menggunakan produk elektronik merek Panasonic.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand identity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand trust*. Hal ini menunjukkan bahwa Merek Panasonic memiliki identitas yang positif bagi pelanggan, maka hal ini yang membuat pelanggan merasa percaya bahwa produk dengan merek Panasonic memiliki Kualitas yang bagus.
4. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand identity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa merek Panasonic memiliki identitas yang baik dan positif di mata pelanggan, hal ini menyebabkan pelanggan merasa puas dan percaya untuk membeli dan menggunakan produk elektronik merek Panasonic secara berulang-ulang.
5. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand trust* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasakan puas setelah menggunakan produk merek Panasonic maka akan menciptakan kepercayaan yang baik sehingga akan berdampak pada loyalitas.
6. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Panasonic memiliki citra merek yang baik dimata konsumen, hal ini mampu membuat pelanggan merasa puas serta semakin percaya untuk terus membeli dan menggunakan produk elektronik merek Panasonic secara berulang-ulang.
7. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *brand identity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Panasonic memiliki identitas merek yang kuat, hal ini yang menyebabkan pelanggan mendapatkan kepercayaan merek yang baik dan positif, dan besar kemungkinan pelanggan akan menjadi loyal untuk terus membeli dan menggunakan produk dari merek Panasonic.

5.2 Saran

Setelah mempelajari pembahasan dan menarik kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan *brand trust* dan *brand loyalty* dengan variabel faktor lainnya, agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
2. Diharapkan perusahaan PT Panasonic dapat terus mempertahankan kualitas dan terus meningkatkan inovasi dalam desain teknologi serta menambahkan fungsi atau manfaat baru, sehingga produknya dapat selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat memperhatikan kualitas produk. Dengan begitu Panasonic dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah ada.
3. Diharapkan perusahaan Panasonic lebih meningkatkan lagi kualitas produk, sehingga konsumen merasa puas dan akan terus menggunakan produk elektronik merek Panasonic secara terus menerus.
4. Selain itu pihak PT Panasonic juga perlu memperhatikan faktor lain yang sudah dijelaskan dalam penelitian ini yang mungkin akan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen untuk dapat terus menggunakan produk merek Panasonic.

