

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni kepercayaan merek dan loyalitas merek oleh pelanggan *The Body Shop* Gorontalo memiliki keandalan instrumen yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek (Y) *The Body Shop* Gorontalo dengan melihat hasil koefisien regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis yang disusun telah terbukti dan diterima.
3. Variabel kepercayaan merek memiliki pengaruh sebesar 21,3% terhadap loyalitas merek dari pelanggan *The Body Shop Gorontalo*, sementara sisanya sebesar 78,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar *The Body Shop* serta perusahaan kosmetik lainnya dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasarannya khususnya dengan mempertimbangkan kepercayaan merek sebagai acuan untuk meningkatkan loyalitas merek.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut kepercayaan merek dan loyalitas merek.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap loyalitas merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Bastian, D.A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia (Jurnal). Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Bastian, Danny Alexander. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9 surabaya
- Candra Yuni, 2008. Pengaruh bauran pemasaran dan keterlibatan keluarga terhadap Air Minum Aqua. *Jurnal of Marketing Management* ,Vol. 13, No.4, 2008.
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Alemán, J.L., Yagüe-Guillén, M.J. (2003). Development and validation of a brand trust scale. *International Journal of Market Research*, Vol. 45, No. 1, pp. 35-53.
- Edris, Mochamad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus. *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*. ISSN : 1979 – 6889.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya. Skripsi. Universitas Kristen Petra.
- Hasugian, J.T.M., 2015. Pengaruhbrand image dan brand trust terhadap brand loyalty. ISSN 2355-5408.
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. *Experiental Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 14, No. 1, April 2011, pp. 19-28. Kotler, Philip. 2006. *Marketing Management 12e*. Pearson International Edition.
- Ishak, A. dan Z. Luthfi. 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1, pp. 55-66.
- Kustini & Ika, L. (2011). Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on Honda motorcycle product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 14.
- Lau, Geok Theng dan Sook Han Lee. 1999. *Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. *Journal of Market Focused Management*, Vol. 4.
- Lin, M.Q. and B.C.Y. Lee. 2012. *The Influence of Website Environment on Brand Loyalty: Brand Trust and Brand Affects as Mediators. International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 10, No. 4, pp. 308-321.

- Malhotra, Naresh K. and Mark Peterson. 2006. *Basic Marketing Research*. Second Edition. Pearson Education Inc.: New Jersey.
- Mowen, John C. dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa:Dwi Kartini Yahya. Jilid kedua. Jakarta:Erlangga.
- Primadona. 2012. Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek (Kasus pada Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Padang). *Menara Ilmu*. Vol. 3, No. 29, pp. 121-132.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power Of Brands*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratri, L.E. (2007). Hubungan antara citra merek (brand image) operator seluler dengan loyalitas merek (brand loyalty) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang (Skripsi). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Riana, Gede. 2008. Pengaruh *Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty* Pada Konsumen Air Minum Aqua Di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi* Vol.13 No.2.
- Rafiq, Muhammad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Optimal*, Vol. 3, No. 1, pp. 31-48.
- Rizan, M. dan Y. Nopiska. 2011. Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek: Survei Pelanggan Lux Cair di Carrefour MT. Haryono. *Econo Sains*, Vol. 9, No. 1, pp. 10-20.
- Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indoneisa*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-17.
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. 2007. Prentice Hall, New Jersey.
- Semuel. 2012. "*Costumer Relationship Marketing : Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*" *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7 No. 1 (April,Pp 33-41).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfaceta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penekitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, GhaliIndonesia, Bogor, 2011, hlm. 165-166.
- Kurniawan, Aditya Shendi. Pengaruh Trust In a Brand Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi PAda Starbuck Coffe di Semarang). Fakultas ekonomi Universitas Dipenogoro Semarang. 2011.
- Edris, Mochamad. 2009. Pengaruh Keprcayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus. *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*. ISSN : 1979 - 6889.

Hayati , Nur dan Rachmat Agus Santoso. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kesukaan Merek Terhadap Kesetiaan Merek Pada Merek X. Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi STIE STAN-IM. 2010.

Tjahyadi, Rully Arlan. Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan - Merek. Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1, Nov 2006 (Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung).

Yulim, R. 2017. Pengaruh Dimensi Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Konsumen Shampoo Clear (Studi Pada Konsumen Clear Di Bandar Lampung), 54, 38-43.