

## BAB V KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan (Uji F) diketahui bahwa brand image, brand trust, brand satisfaction (semua variabel independen) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen brand loyalty pada e-wallet Gopay. Selanjutnya, pada nilai R Square menunjukkan bahwa pengaruh brand image (X1), brand trust (X2), dan brand satisfaction (X3) secara simultan terhadap brand loyalty (Y) sebesar 63 % sedangkan sisanya 37 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menghasilkan kesimpulan yaitu :
  - a) Brand image (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Loyalty (Y) e-wallet Gopay
  - b) Brand trust (X2) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Loyalty (Y) e-wallet Gopay
  - c) Brand satisfaction (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Loyalty (Y) e-wallet Gopay

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini diharapkan Gopay tetap memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna dan lebih meningkatkan keamanan serta memudahkan dalam bertransaksi, sehingga para pengguna menjadikan e-wallet Gopay sebagai alat pembayarannya dan tidak kalah dengan e-wallet lainnya.

Dan bagi peneliti selanjutnya, Mengingat masih ada faktor lain yang berpengaruh terhadap brand loyalty e-wallet Gopay sebesar 37% maka hal itu dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar lebih mengetahui tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap brand loyalty agar diperoleh hasil penelitian lebih menyeluruh.