

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, uraian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukan uji statistik untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel Brand Image (X1), Kepercayaan Merek (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap variabel terikat Loyalitas Merek (Y), diperoleh  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yakni sebesar  $90,728 > 2,65$  serta nilai signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel *Brand Image* (X1), Kepercayaan Merek (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Merek (Y).
2. Hasil pengujian secara persial menunjukkan bahwa :
  - a. Pengujian persial variabel Brand Image (X1) terhadap Loyalitas Merek (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t, nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,318 < 1,972$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,189$ , maka diketahui secara persial variabel Brand Image (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y)
  - b. Pengujian persial variabel Kepercayaan Merek (X2) terhadap Loyalitas Merek (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t, nilai  $t_{hitung}$

$> t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $3,516 > 1,972$  dan nilai signifikansinya yaitu  $0,001 < 0,05$ , maka diketahui secara persial variabel Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y).

c. Pengujian persial variabel Kualitas Produk (X3) terhadap Loyalitas Merek (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t, nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $4,619 > 1,972$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , maka diketahui secara persial variabel Kualitas Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y).

## 1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini menyajikan tingginya loyalitas merek pada produk Lipstik Maybelline khususnya di Wilayah Kota Surabaya yang memakai produk Lipstik Maybelline karena adanya Brand Image, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk sehingga membuat konsumen merasa produk tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Maka dari itu diharapkan produk Lipstik Maybelline tetap bisa mempertahankan dan terus meningkatkan

kualitas produk agar konsumen tidak merasa kecewa dengan produk Lipstik Maybelline. Karena dengan produk yang berkualitas bagus maka akan meningkatkan loyalitas merek yang tinggi dan menimbulkan rasa percaya pada merek tersebut dengan demikian hal tersebut akan dapat menyebabkan adanya loyalitas merek.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang baik untuk penelitian selanjutnya, dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki kekurangan maupun keterbatasan dari data penelitian ini. Dan sebaiknya menambah metode penelitiannya dengan digabung oleh data kualitatif berupa wawancara supaya mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan obyektif. Selain itu, untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel atau indikator yang berbeda. Sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas merek.